



Déclaration de Performance Extra-Financière

Groupe Altice France 2023



Édito

En 2023, Altice France a poursuivi avec exigence ses missions essentielles de connectivité et d'information auprès des Français. En tant qu'acteur majeur du numérique et de l'information, nous avons une responsabilité toute particulière. Les multiples initiatives solidaires que nous avons menées en France comme sur le plan international, l'amplification de nos actions en faveur de la transition écologique, l'inclusion numérique et l'éducation à l'information en sont l'illustration. La mobilisation de nos équipes est quotidienne sur l'ensemble de ces actions. C'est l'une des forces du groupe Altice, dont nous sommes particulièrement fiers.

L'année 2023 a par ailleurs été marquée par une série d'événements, dont celui de juillet 2023 concernant la filiale d'Altice au Portugal. Celui-ci a donné lieu à une enquête interne au sein d'Altice France. Les résultats de cette enquête ont permis de confirmer la robustesse des mécanismes de contrôle déjà existants au sein du groupe. Nous devons cependant prendre en compte les risques soulevés par cette affaire et continuer à faire évoluer nos processus. C'est la raison pour laquelle le groupe Altice France a pris l'initiative de renforcer certains contrôles afin de prévenir, détecter et minimiser efficacement tout risque potentiel.

En 2023, le groupe Altice France a consolidé sa place significative dans le paysage médiatique français avec ses marques BFM, RMC et leurs déclinaisons puissantes. Notre engagement auprès des Français n'a cessé de se renforcer avec la production de contenus de qualité, d'une grande pluralité et des innovations majeures notamment dans le numérique pour accompagner les nouveaux usages. 3^e groupe de média privé en France, Altice Media a confirmé cette année encore ses performances. 100 % des Français ont consulté l'une de ses chaînes en 2023, qui rassemblent chaque mois 50 millions de téléspectateurs autour de son offre d'information, de sports et de documentaires.

Conscients de notre responsabilité en tant que média et première rédaction privée de France avec plus de 800 journalistes, nous avons renforcé notre engagement avec le lancement en 2023 d'un nouveau programme d'actions, "l'Info en Vrai", dédié à l'éducation à l'information. Plus de 1 600 personnes ont déjà pu bénéficier de ce programme depuis son lancement, dont plus de 550 jeunes, via des ateliers et rencontres avec les professionnels des médias qui visent à donner les clés de compréhension de l'information pour que chacun puisse s'informer de manière critique et utiliser les réseaux sociaux avec discernement et exigence.

Sur le secteur des télécommunications, le groupe Altice France à travers SFR est le deuxième opérateur avec 27 millions de clients particuliers, entreprises et collectivités. En 2023, notre groupe a intensifié ses efforts dans l'accès aux réseaux très haut débit pour tous. Les progrès sont là avec plus de 700 000 prises Fibres déployées en un an, 74 % de la population couverte en 5G à fin décembre et le premier service Slicing 5G SA lancé en direct, en situation réelle, lors de la rencontre LOSC Lille - KÍ Klaksvík. Une avancée technologique concrète qui ouvre de nouvelles perspectives de développement aux entreprises que nous accompagnons au quotidien.

La mobilisation continue de nos équipes sur l'amélioration de l'expérience client a porté ses fruits. SFR s'est hissé à la 1^{ère} ou n°2^e place ex aequo sur plus de 80 % des indicateurs de l'enquête annuelle de l'Arcep sur la qualité des services mobiles. Pour la deuxième année consécutive, SFR a été élu Service Client de l'année dans la catégorie Solutions communicantes pour les particuliers.

Pour performer ainsi, nos branches télécoms et médias ont pu s'appuyer sur des initiatives transverses en matière de ressources humaines, d'éthique, et d'engagements.

La dynamique de recrutement du groupe, de plus de 1 000 CDI sur l'année 2023, a été de pair avec notre politique d'apprentissage ambitieuse. 1 000 alternants sont ainsi accompagnés chaque année avec l'objectif de les former à nos métiers et de transmettre des expertises et savoir-faire très spécifiques. Ces jeunes talents, issus de profils très diversifiés, permettent d'introduire une grande mixité au sein de nos équipes. C'est aussi la finalité du programme « Carrières au féminin » qui vise à recruter, à développer et à promouvoir les salariées ou encore celle de la « Charte pour une plus grande égalité femmes-hommes dans les rédactions sportives » que nous avons signé en 2023 dans le but de représenter et d'incarner la parité sur nos antennes.

Dans le cadre du plan « J'avance avec Altice » en faveur de la transition écologique, notre groupe a accéléré ses engagements en 2023. Une première cartographie des risques climatiques a été établie pour mieux appréhender leurs impacts sur nos activités. Altice France a également produit ses premiers calculs complets d'émissions indirectes de carbone qui serviront de base à sa politique bas-carbone s'inscrivant dans les objectifs de l'Accord de Paris. Afin d'associer pleinement nos collaborateurs dans cette démarche collective, nous avons proposé de nombreuses formations et actions de sensibilisation, dont les ateliers de la Fresque du Climat, avec pour objectif ambitieux de former 1 000 salariés en un an.

Pionniers du combat pour l'inclusion numérique des publics fragiles, nous sommes convaincus de l'importance de garantir à tous un accès égal au numérique et aux potentialités qu'il offre. L'année 2023 a permis de célébrer les 10 ans d'action d'Emmaüs Connect, dont La Fondation SFR est le partenaire fondateur, et de réitérer notre engagement. La Fondation SFR a par ailleurs étendu son champ d'intervention en nouant trois nouveaux partenariats avec la volonté de multiplier son impact auprès de tous les publics. Avec les Restos du Cœur, nous essayons les structures dédiées à l'inclusion numérique en France auprès des plus démunis. Avec Génération Numérique, nous accompagnons les adolescents dans leurs usages du numérique. Avec EllesBougent, nous contribuons à la féminisation des métiers scientifiques, techniques et technologiques.

L'année 2024 s'inscrit dans la continuité de ce que nous avons déjà entrepris : consolider nos fondamentaux, améliorer les expériences de tous nos publics avec énergie et détermination, renforcer notre approche responsable et nos processus d'éthique des affaires, développer notre modèle de création de valeur équilibré et vertueux, inviter chacun à s'engager davantage pour façonner un monde plus juste et durable.

« La mobilisation de nos équipes est quotidienne sur l'ensemble des actions que nous menons : initiatives solidaires en France comme sur le plan international, amplification de nos engagements en faveur de la transition écologique, l'inclusion numérique et l'éducation à l'information. C'est l'une des forces du groupe Altice France, dont nous sommes particulièrement fiers. »



Arthur DREYFUSS

Président-directeur général d'Altice France

Sommaire

Modèle d'affaires	04
Enjeux et Risques RSE	08
Gouvernance du groupe Altice France	11
Nos Engagements	13
Qualité de Service, Innovation et Accessibilité	13
Le groupe Altice France, acteur engagé au quotidien	17
Le groupe Altice France, engagé en faveur de l'environnement	28
Le groupe Altice France, engagé pour ses salariés	43
Le groupe Altice France, engagé en faveur d'une éthique partagée des affaires et des données	57
SFR Réunion, se mobiliser au service des enjeux environnementaux et sociétaux sur les territoires ultramarins	63
SFR Business	64
<i>Focus : Une performance et un engagement au service des clients</i>	
Index	66
Méthodologie de reporting des indicateurs extra-financiers	67
Synthèse des indicateurs clés de performance par pôle d'activité	73
Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la déclaration consolidée de performance extra-financière	82

Modèle d'affaires

Acteur incontournable des télécoms, des médias, et de l'outsourcing, le groupe Altice France⁽¹⁾ (ci-après « le groupe ») apporte à chacun une offre complète de services de télécommunications, de contenus et de solutions d'externalisation de relation client. Il participe, à travers la synergie de ses activités, à une création de valeur collective au bénéfice de ses parties prenantes et de la société dans son ensemble.

Sa stratégie s'articule autour de plusieurs axes de développement :

- ◆ la poursuite de la convergence entre les télécoms, les médias, les contenus et la publicité ;
- ◆ les investissements pour déployer des réseaux de communication très haut débit toujours plus performants et offrir des contenus différenciants ;
- ◆ l'innovation et l'accompagnement des publics avec des expertises techniques (déploiement, information, cybersécurité, service client, etc.) ;
- ◆ l'amélioration de l'expérience client multicanale au plus près des besoins des clients.

La stratégie de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE) du groupe repose sur les Objectifs de Développement Durable des Nations-Unies (ODD), adoptés en 2015 par l'Organisation des Nations Unies (ONU) et qui ont été définis pour soutenir et agir conformément aux 10 principes du Global Compact des Nations Unies dans les domaines des droits humains, des pratiques de travail et de la lutte anticorruption et la protection de l'environnement. Grâce à ses politiques volontaristes, le groupe contribue à la réalisation des ODD identifiés comme les plus importants au regard de ses domaines d'action et de ses compétences. Le groupe s'engage à analyser l'impact de ses activités sur ces objectifs, en tenant compte de la nature, de l'ampleur et du périmètre de son activité.



Pôle Télécoms

À travers SFR, 2^e opérateur français, le groupe Altice France est un acteur incontournable des télécommunications au service de plus de 27 millions de clients. Il est présent sur différents marchés que ce soit auprès des particuliers, des entreprises, des opérateurs ou des collectivités. Doté d'un réseau très haut débit Fixe et Mobile sur l'ensemble du territoire, SFR permet à chacun de tirer parti de toutes les possibilités offertes par le numérique. Des potentialités qui confèrent aux infrastructures du très haut débit tout leur effet d'accélération du développement économique et de modernisation de la société.

Pôle Media

Autour de ses marques emblématiques RMC et BFM, Altice Media est le 3^e groupe média privé français⁽²⁾. Les chaînes du groupe Altice France proposent une offre éditoriale alliant qualité de l'information nationale comme régionale et richesse de divertissement. Ces contenus sont produits et diffusés en télévision, radio et digital. Grâce à la convergence, chacun peut accéder au meilleur des contenus n'importe où, n'importe quand, sur n'importe quel écran fixe ou mobile.

Pôle Expertises – Intelcia⁽³⁾ et ERT Technologies

Dans un objectif global d'amélioration permanente de l'expérience client, le groupe Altice France développe, à travers ses filiales, des expertises uniques qui lui permettent notamment de mieux maîtriser sa chaîne de production.

Intelcia est un acteur majeur de la relation client qui offre à ses clients un panel complet de services d'externalisation en s'appuyant sur des solutions digitales et en particulier sur l'intelligence artificielle.

ERT Technologies est spécialisé dans la conception, la construction et la maintenance d'infrastructures réseaux. Cette expertise est mise au service du développement et du maintien d'un réseau de télécommunications de qualité pour le groupe Altice France.

(1) Le périmètre du groupe Altice France est défini dans la section "Méthodologie de reporting des indicateurs extra-financiers" du document (voir 3. Périmètre de reporting).
(2) Sources : Médiamétrie Médiamat / Sondage Harris Interactive Déc. 2023 / 4 Ecrans / ACPM classement visites sites et apps / Vidéos vues sur RMC BFM Play : Sources internes /*Hors chaînes privées
(3) Seule les activités d'Intelcia sur son marché francophone sont intégrées dans le groupe Altice France



Défis humains

Les enjeux humains auxquels le groupe Altice France répond sont variés. Par son implantation géographique diversifiée, le groupe participe à l'essor économique de nombreuses régions en favorisant des partenariats locaux pour le recrutement et le développement de ses activités ; par la nature même de ses activités et dans un contexte de digitalisation croissante de la société, le groupe Altice France est conscient de son rôle central pour lutter contre la fracture numérique. C'est pourquoi le groupe a identifié parmi ses principaux défis l'ancrage territorial et l'inclusion numérique.



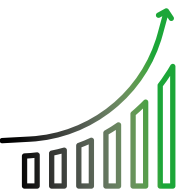
Défis environnementaux

Changement climatique, consommation énergétique, économie circulaire et gestion des déchets sont autant d'enjeux clés pour répondre au changement climatique. Rendre le numérique plus responsable est ainsi un défi permanent pour le groupe Altice France afin qu'il puisse agir pleinement comme levier de la transition écologique.



Défis technologiques

Le déploiement de la 5G et de la Fibre, les investissements dans les nouvelles technologies, les progrès de l'intelligence artificielle, l'offre de services innovants et la protection des données sont autant de défis technologiques que le groupe Altice France s'emploie à relever.



Défis économiques

Les principaux défis économiques auxquels est confronté le groupe Altice France sont la rentabilité des investissements, le déploiement de la 5G, la pérennité économique des activités médiatiques, la couverture réseaux des territoires avec la fourniture du haut débit partout en France et pour tous, la croissance et l'expansion géographique de ses activités d'outsourcing.

De la création au partage de valeur

Afin de rendre compte de sa stratégie de croissance et de création de valeur partagée, le groupe Altice France a formalisé son modèle d'affaires conformément aux lignes directrices de l'International Integrated Reporting Council (IIRC). Il reprend ainsi en entrée les capitaux qui sont utilisés sous forme de ressources et sont convertis ensuite par les activités en réalisations (produits, services, etc.) et en valeur pour le groupe et l'ensemble de ses parties prenantes.

CAPITAL INDUSTRIEL ET COMMERCIAL

- Nos ressources**

 - ◆ 34,6 millions de prises Fibre optique (FTTH / FTTB⁽¹⁾)
 - ◆ près de 9 000 communes ouvertes en 5G
 - ◆ 19 chaînes de télévision/radios dont 10 régionales
 - ◆ Plus de 20 centres d'appels implantés à travers l'Europe et l'Afrique
- Nos enjeux**

 - ◆ Satisfaction des clients et qualité des produits et services
 - ◆ Accessibilité des offres au plus grand nombre
 - ◆ Développement économique et social des territoires
 - ◆ Protection, sécurité et confidentialité des données
 - ◆ Innovation des produits
 - ◆ Achats responsables

Pôle Télécoms 95,4 % du CA

- ◆ Déploiement, conception et exploitation de réseaux de communications électroniques
- ◆ Fourniture de services de communications électroniques
- ◆ Ventes de terminaux mobiles, accessoires et objets connectés
- ◆ Accompagnement de la digitalisation et des nouvelles technologies comme l'Internet des objets ou l'industrie 4.0

CAPITAL SOCIÉTAL

- Nos ressources**

 - ◆ Près de 500 collaborateurs en situation de handicap⁽²⁾
 - ◆ 3 135,9 M€ achats et sous-traitances
 - ◆ 1 fondation d'entreprise (Fondation SFR)
 - ◆ 33 % de personnes dites éloignées de l'emploi parmi les embauches Intelcia
- Nos enjeux**

 - ◆ Respect des droits humains tout au long de la chaîne de valeur
 - ◆ Diversité, égalité des chances et non-discrimination
 - ◆ Développement économique et social des territoires
 - ◆ Soutien aux initiatives solidaires et d'inclusion numérique

(2) Périmètres : Télécoms, Media et sites d'Intelcia en France

CAPITAL INTELLECTUEL

- Nos ressources**

 - ◆ Production de contenus audiovisuels
 - ◆ Partenariats avec des institutions gouvernementales (ANSSI⁽¹⁾)
 - ◆ Expertise IT⁽¹⁾ et cybersécurité
- Nos enjeux**

 - ◆ Protection, sécurité et confidentialité des données
 - ◆ Innovation des produits

Pôle Media 3,1 % du CA

- ◆ Création et production de contenus originaux (TV, radio, digital)
- ◆ Diffusion de programmes audiovisuels rendus accessibles à tous types de publics
- ◆ Elaboration d'une offre de plus en plus digitalisée
- ◆ Régie publicitaire

Pôle Expertises 1,5 % du CA

- Intelcia**

 - Relation Client
 - Business Process Outsourcing (BPO)
 - Conseil en IT et solutions digitales
- ERT Technologies**

 - Déploiement et maintenance de réseaux de communication
 - Etudes techniques : conception et ingénierie

CAPITAL HUMAIN

- Nos ressources**

 - ◆ 1 168,5 M€ charges de personnel
 - ◆ 12 485 collaborateurs Télécoms⁽³⁾
 - ◆ 1 531 collaborateurs Media⁽³⁾
 - ◆ 23 970 collaborateurs Expertises⁽³⁾
 - ◆ 508 alternants⁽⁴⁾
- Nos enjeux**

 - ◆ Gestion des carrières, emplois et compétences
 - ◆ Création d'emplois pérennes
 - ◆ Qualité de vie et bien-être au travail
 - ◆ Dialogue social
 - ◆ Santé et sécurité des collaborateurs
 - ◆ Système de rémunération équitable et transparent

(3) Effectif moyen annuel
(4) Périmètres : Télécoms et Media

CAPITAL ENVIRONNEMENTAL

- Nos ressources**

 - ◆ 1 074 GWh d'électricité consommée
 - ◆ 8 % d'énergies renouvelables
- Nos enjeux**

 - ◆ Atténuation du changement climatique
 - ◆ Adaptation au changement climatique
 - ◆ Consommations de ressources et sobriété numérique
 - ◆ Limitation des déchets et des polluants
 - ◆ Ecoconception et économie circulaire
 - ◆ Biodiversité et écosystèmes

(1) Voir Index

Le partage de valeur avec les parties prenantes

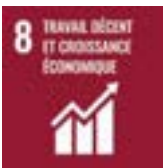
Le groupe Altice France s’engage pour et avec ses parties prenantes. Elles font partie intégrante du modèle d’affaires de l’entreprise afin que chacune des initiatives lancées puisse répondre au plus grand nombre, et ainsi créer une valeur partagée. Le groupe Altice France veille à la régularité, à la transparence et à la qualité de ses échanges avec chacune d’elles grâce à des instances et rendez-vous récurrents dédiés mais aussi au travers de sa participation à des groupes de travail multipartites sur des thèmes tels que l’impact environnemental du numérique.

Créer de la valeur pour nos collaborateurs

Le groupe Altice France s’emploie à créer et à maintenir dans le temps des conditions de travail optimales pour ses collaborateurs (salariés, stagiaires, alternants, CE etc.). Le groupe a à cœur de permettre à chacun de développer ses compétences et son employabilité en proposant des formations continues. Les collaborateurs des différents pôles d’activité sont aussi encouragés à s’engager grâce à des dispositifs de mécénats de compétences ou encore de soutien à des associations et à leurs actions.

CHIFFRES CLÉS

- 7 969 embauches en CDI
- Plus de 1,7 million d’heures de formation
- Happy Trainees depuis 2018 sur ses activités Télécoms et Media
- 3 associations coups de cœur des collaborateurs ont reçu une subvention de la Fondation SFR



Créer de la valeur pour nos clients grand public et entreprises

Le déploiement de la 5G et de réseaux très haut débit, le développement de chaînes d’information locales et l’accompagnement dans la transition digitale participent à la modernisation de l’économie et à l’attractivité des territoires, au bénéfice de l’ensemble des acteurs économiques.

CHIFFRES CLÉS

- 2^e opérateur télécoms français
- 3^e groupe médias privé en France⁽¹⁾
- Top 5 des outsourceurs du marché français
- Plus de 27 millions de clients Télécoms
- Près de 9 000 communes en 5G
- 4 clients Intelcia Elus Service Client de l’Année 2024



Créer de la valeur pour nos investisseurs

Le groupe s’assure une croissance économique qui profite à ses investisseurs grâce à la définition d’un modèle d’affaires financier et extra-financier ainsi qu’à la construction d’une stratégie d’investissements dans les réseaux très haut débit, 5G et les nouvelles technologies.

CHIFFRES CLÉS

- 11 144,9 M€ CA
- 985,3 M€ Investissements Réseaux



(1) Médiamétrie Médiamat / Sondage Harris Interactive Déc. 2023

Créer de la valeur pour nos fournisseurs et partenaires notamment associatifs

Le groupe Altice France établit un dialogue continu et responsable avec ses fournisseurs pour promouvoir le développement durable tout au long de la chaîne de valeur.
Le groupe, notamment au travers de la Fondation SFR et de l’ancrage territorial fort d’Intelcia, s’investit auprès de ses partenaires associatifs via des dispositifs d’accompagnement, des dons et le sponsoring d’actions locales.

CHIFFRES CLÉS

401 évaluations RSE des fournisseurs

88 projets
soutenus par la Fondation SFR ou Intelcia
en 2023

1 million d’euros
donnés aux associations partenaires par
la Fondation SFR en 2023

28 sites Intelcia
implantés à travers l’Europe et l’Afrique



Préserver la valeur et la richesse de nos écosystèmes

Le réchauffement climatique, la transition énergétique, la pollution des écosystèmes, l’économie circulaire et la raréfaction des ressources sont des enjeux majeurs pour lesquels le groupe Altice France est pleinement mobilisé notamment à travers son plan « J’avance avec Altice » porté par ses pôles Télécoms et Media et la Charte d’Ecoresponsabilité d’Intelcia.

CHIFFRES CLÉS

2,8 tonnes de CO₂ scopes 1 et 2
par collaborateur

68 tonnes de CO₂ tous scopes⁽³⁾
par collaborateur

Plus de 93 % des consommations d’énergie du groupe
sont certifiées ISO 50001



Créer de la valeur pour les institutions

Arcep, CNIL, ANSSI, ADEME, ARCOM, AFA, etc⁽¹⁾. Le groupe Altice France est en relation avec de multiples institutions françaises et européennes. Le groupe répond à leurs demandes et à ses obligations légales en participant notamment à des groupes de travail. Par exemple, SFR travaille aux côtés de l’ADEME et des autres opérateurs français à l’établissement d’outils de calcul de l’empreinte carbone du numérique.

CHIFFRES CLÉS

Groupe de travail loi AGE⁽²⁾

Membre de la Fédération Française des Télécoms



(1) Autorité de Régulation des Communications Electroniques, des Postes et de la distribution de la Presse (Arcep), Commission nationale de l’informatique et des libertés (CNIL), Agence nationale de la sécurité des systèmes d’information (ANSSI), Agence de la transition écologique (ADEME), Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM), Agence française anticorruption (AFA)
(2) Loi Anti-Gaspillage pour une Economie Circulaire - <https://www.legifrance.gouv.fr/dossierlegislatif/JORFDOLE000038746653/>
(3) Pôles Télécoms, Media et ERT

Une analyse des enjeux du groupe, au service d'une performance durable

Le groupe Altice France a construit une matrice de matérialité en 2022, un outil indispensable au pilotage de sa performance. Socle de la stratégie du groupe Altice France, elle comprend plusieurs niveaux d'analyse dont celui, essentiel, des risques RSE. Tout au long de cette étude, le groupe Altice France, accompagné du cabinet spécialisé Goodwill Management, a réalisé des consultations auprès de ses dirigeants, de ses directeurs, de ses collaborateurs ou encore de ses parties prenantes externes, à l'exemple de ses clients ou de ses partenaires et fournisseurs. Ces échanges ont permis de faire émerger les enjeux les plus significatifs pour l'activité de l'entreprise tout comme les attentes et préoccupations des parties prenantes internes et externes. Au travers des résultats de cette étude, le groupe a pu analyser 30 enjeux, issus de la norme ISO 26000 et définir ses priorités d'action.

PRINCIPES DE L'ISO 26000	RISQUES	PARAGRAPHES DE LA DPEF DÉTAILLANT LES POLITIQUES ET PROJETS MIS EN ŒUVRE, RÉSULTATS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE	PRINCIPAUX ENJEUX DE LA MATRICE	PRIORITÉS ISSUES DE LA MATRICE DE MATÉRIALITÉ
Gouvernance responsable et pérenne	Continuité d'activité	Modèle d'affaires Une analyse des enjeux du groupe,, au service d'une performance durable Assurer à tous un accès Internet et un service client de premier rang	Maîtrise des risques et continuité de l'activité Transparence et respect des engagements envers les clients	2
	Stratégie responsable & Relations avec les parties prenantes	Modèle d'affaires Un dialogue social pragmatique Ethique des affaires	Stratégie responsable Dialogue avec les parties prenantes	2
Protection de l'environnement	Changement climatique	La lutte contre le changement climatique et en faveur de la transition écologique L'action du groupe Altice France en faveur de la sobriété et de la transition énergétique	Atténuation du changement climatique Adaptation au changement climatique	1
	Biodiversité	Enjeux environnemtaux complémentaires	Biodiversité et écosystèmes	3
	Economie circulaire	Vers une économie circulaire : écoconception et limitation des déchets Promotion d'une consommation responsable : sensibiliser les collaborateurs, partenaires et clients aux enjeux environnementaux	Ecoconception et économie circulaire Consommation de ressources et sobriété numérique Consommation responsable et sensibilisation des clients Limitation des déchets et polluants (air, sols, eau...)	2
Droits humains	Sécurité de l'Information et Ethique des données	La sécurité de l'information au sein du groupe Altice France	Protection, sécurité et confidentialité des données Santé, sécurité, sûreté des clients	1
	Droits humains et libertés fondamentales	Modèle d'affaires Attraction des talents et insertion des jeunes dans le groupe Egalité professionnelle : assurer l'égalité entre les femmes et les hommes Accompagnement vers l'emploi des personnes en situation de handicap Ethique des affaires	Respect des droits des personnes dans la chaîne de valeur Diversité, égalité des chances et non-discrimination	2
Intérêts des clients	Qualité des produits et services & Innovation	Assurer à tous un accès Internet et un service client de premier rang Développer des services innovants pour les clients Rendre les services accessibles à tous	Satisfaction des clients et qualité des produits et services Innovation des produits	1
	Inclusion numérique	Faire du numérique une chance pour tous au service de l'inclusion	Accessibilité des offres au plus grand nombre	4
Relations et conditions de travail responsables	Employabilité & stabilité	Développement des compétences des collaborateurs afin de porter les innovations d'aujourd'hui et demain Un dialogue social pragmatique	Création d'emplois pérennes Dialogue social	3
	Gestion des talents	Attraction des talents et insertion des jeunes dans le groupe Bien vivre ensemble Organisation du travail et rémunération au sein du groupe Altice France	Système de rémunération équitable et transparent Qualité de vie et bien-être au travail Santé et sécurité des collaborateurs Gestion des carrières, emplois et compétences	2
Développement local et ancrage territorial	Ancrage territorial et création de valeur partagée	Le groupe Altice France, acteur engagé au quotidien	Développement économique et social des territoires d'implantation Soutien de projets d'intérêt général sociaux, solidaires ou environnementaux	3
Éthique des affaires et loyauté des pratiques	Ethique des affaires	Ethique des affaires	Achats responsables Relations durables avec les fournisseurs Compétition loyale et propriété intellectuelle Prévention de la corruption	2

La continuité d'activité, une priorité pour le groupe Altice France

Afin d'assurer la continuité de ses activités Télécoms et Média essentielles, le groupe Altice France a élaboré et met en œuvre les mesures et stratégies de résilience nécessaires. Ces initiatives sont conçues pour garantir, face à divers scénarios de crises, le maintien optimal de la prestation de ses services.

La politique de continuité d'activité du groupe Altice France vise à sauvegarder ses activités essentielles, à protéger son personnel, à sécuriser les intérêts de ses clients et partenaires, à préserver sa réputation ainsi qu'à respecter ses obligations légales et réglementaires. Étroitement liée à la stratégie de maîtrise des risques, cette politique fixe les règles de gouvernance, les principes et les objectifs à atteindre pour garantir une gestion de la continuité efficiente.

Conformément aux recommandations de la norme ISO 22301, le groupe Altice France a mis en place un système de management de la continuité d'activité (SMCA). Ce système applique le cycle Plan, Do, Check et Act (PDCA) pour assurer la mise en œuvre, la maintenance et l'amélioration continue de son efficacité.

Le plan de continuité d'activité (PCA) a été élaboré afin de faire face à divers scénarios, tels que l'indisponibilité du personnel, des prestataires essentiels, des locaux ou des systèmes d'information en vue de permettre une reprise d'activité coordonnée et rapide. Les menaces potentielles identifiées englobent une variété de situations et peuvent affecter différentes activités ou ressources critiques.

Planifier une stratégie de réponse globale et adaptée

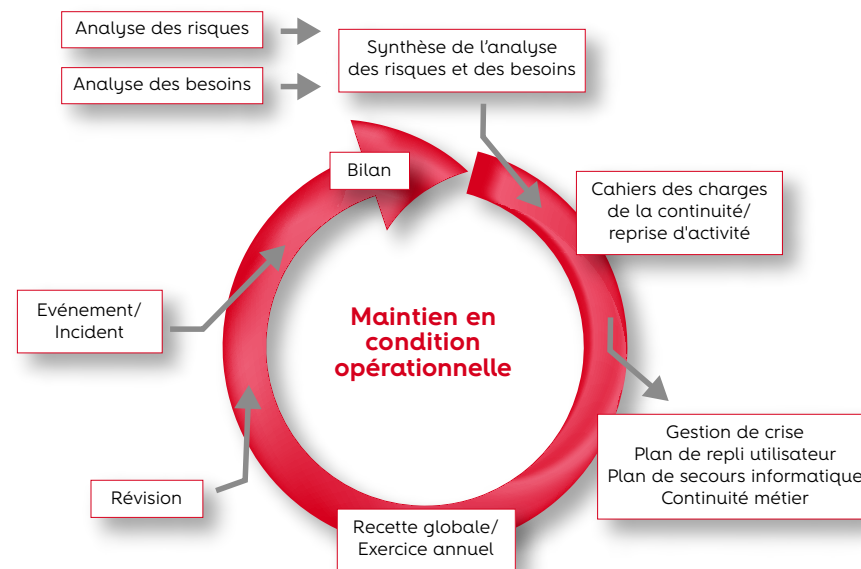
Face aux risques susceptibles d'altérer le fonctionnement de ses activités au point d'en menacer la continuité, les pôles Télécoms et Media ont mis en place un dispositif de gestion de crise et de continuité d'activité. Il comprend notamment une cellule de coordination PCA chargée de piloter et de coordonner le dispositif au sein des directions les plus sensibles. Cette cellule anime un réseau de responsables PCA des directions métiers, des filiales et des fonctions supports.

Le choix d'une répartition des activités et des infrastructures du groupe sur plusieurs sites géographiquement distants en France, contribue à créer une organisation intrinsèquement plus résiliente. Des stratégies et procédures de continuité d'activités sont déclinées au sein des directions les plus critiques ainsi que des plans de continuité informatique pour les infrastructures du groupe.

Considéré comme un impératif majeur, le PCA est révisé annuellement pour assurer son efficacité immédiate en cas de crise, ainsi que pour permettre l'ajustement aux orientations du groupe et répondre à l'évaluation annuelle de la cartographie des risques de continuité d'activité.

Déployer des solutions opérationnelles

Des solutions opérationnelles sont prêtes à être mises en œuvre pour limiter les conséquences sur l'activité des différents scénarios d'indisponibilité. Celles-ci comprennent notamment le plan de continuité informatique, les dispositifs de repli, le recours au travail à distance, le suivi de la continuité des prestataires d'activités critiques ou les procédures de continuité métiers.



Evaluer les dispositifs de gestion de crise mis en place pour garantir une amélioration continue

Plusieurs exercices de préparation à différents scénarios de crise ont été réalisés en 2023 :

- ♦ des exercices internes et gouvernementaux ont été organisés pour se préparer et tester la réactivité et la capacité à s'inscrire dans la chaîne de commandement du plan national de délestage ;
- ♦ l'exercice « Paris 50°C » organisé par la Ville de Paris où SFR a éprouvé l'adaptabilité de son plan canicule, et testé la coordination entre les différents acteurs de la gestion de crise interne et externe ;
- ♦ un test de crise en cas de crue de la Seine, pour se préparer au plan de continuité informatique ;
- ♦ un test d'alerte pour évaluer la capacité à communiquer à l'ensemble des parties prenantes en cas de crise ;
- ♦ par ailleurs, la Direction Sécurité Groupe Altice France a organisé en 2023 un exercice de crise cyber.

Capitaliser sur le retour d'expérience de la crise de la Covid-19

La crise sanitaire de la Covid-19 et ses vagues successives ont permis de constater la résilience du groupe et de confirmer le caractère opérationnel du plan pandémie existant. Grâce à une veille renforcée et une adaptation régulière des protocoles et consignes aux directives gouvernementales, les mesures adéquates ont été prises afin de préserver la sécurité des collaborateurs. Ainsi, le plan d'action pluriannuel a pris en compte le retour d'expérience de la Covid-19 en poursuivant la démarche d'amélioration continue du SMCA.

Se préparer aux nouveaux enjeux

Pour faire face au plan national de délestage de RTE/ENEDIS sur l'hiver en 2022 et 2023 et se préparer aux Jeux Olympiques et Paralympiques 2024, le groupe Altice France a activé sa cellule d'anticipation et de vigilance. Dans le cadre du plan de continuité d'activité, un comité de pilotage groupe hebdomadaire coordonne les actions de préparation et de réaction à ces événements afin de garantir le maintien de ses activités dont la couverture événementielle, assurer la protection de son personnel, des sites Télécoms, des Systèmes d'information et anticiper les impacts sur la continuité d'activité. En interface avec le Comité exécutif, ce comité de pilotage groupe intègre les Responsables PCA des différentes entités des pôles Télécoms et Media.

Anticiper dès à présent les risques liés au changement climatique

Conscient que l'adaptation au changement climatique représente un enjeu majeur des années à venir, le groupe Altice France se mobilise pour anticiper les risques climatiques qui peuvent avoir une incidence sur ses activités.

Analyse et cartographie des risques climatiques majeurs

Une approche basée sur la science

En 2023, le groupe Altice France a entrepris une analyse approfondie afin d'identifier les risques les plus significatifs pour ses secteurs d'activité et d'élaborer des solutions d'adaptation appropriées. A cette fin, une cartographie des risques a été établie en s'appuyant sur plusieurs scénarios de projections climatiques basés sur les travaux scientifiques du Groupe d'experts Intergouvernemental sur l'Evolution du Climat (GIEC) :

- ◆ Scénario SSP5-8.5, aussi appelé « business as usual » : aucun effort supplémentaire n'a été fait pour limiter les émissions de gaz à effet de serre (GES) ce qui conduirait à une élévation des températures globale à plus de 4,4°C d'ici la fin du siècle ;
- ◆ Scénario SPP1-2.6, ou de transition écologique : des dispositions ont été mises en place en place afin d'atténuer les émissions de GES et contenir le réchauffement climatique sous la barre des 2°C d'ici 2100.

Cette méthodologie a permis de projeter les conséquences à la fois globales et locales de l'évolution des conditions météorologiques à moyen et long termes sur les activités du groupe Altice France.

Scénario Business as Usual : prépondérance des risques physiques

Les risques physiques liés au changement climatique représentent une menace significative pour l'ensemble des secteurs d'activités à moyen et long terme. En particulier, la survenance d'événements météorologiques extrêmes (inondations, feux de forêts, tempêtes, etc.) peut notamment endommager les infrastructures de télécommunication. Par ailleurs, le réchauffement des températures ainsi que l'allongement et l'intensification des vagues de chaleur pourront entraîner des pannes et défaillances plus fréquentes des équipements, notamment ceux liés aux systèmes de climatisation des sites techniques. Enfin l'allongement des périodes de canicule et l'augmentation des aléas climatiques représentent un risque sanitaire pour l'ensemble des collaborateurs, en particulier les techniciens de maintenance et les journalistes de terrain.

Scénario de transition écologique : anticiper les changements sociétaux de la transition

Les risques de transition découlent des conséquences anticipées de la transformation des modèles économiques pour permettre le respect de l'accord de Paris. Dans cette perspective, le groupe Altice France anticipe de probables nouvelles normes réglementaires environnementales plus contraignantes, la mutation de la demande et les évolutions liées à un marché moins dépendant des énergies fossiles. Ces risques sont susceptibles d'avoir un impact sur les activités du groupe Altice France notamment par une augmentation des coûts de l'énergie pouvant nécessiter des investissements pour améliorer l'efficacité énergétique des installations, un accès plus difficile à certains matériaux ou encore des risques de non-conformité à de nouvelles exigences extra-financières.

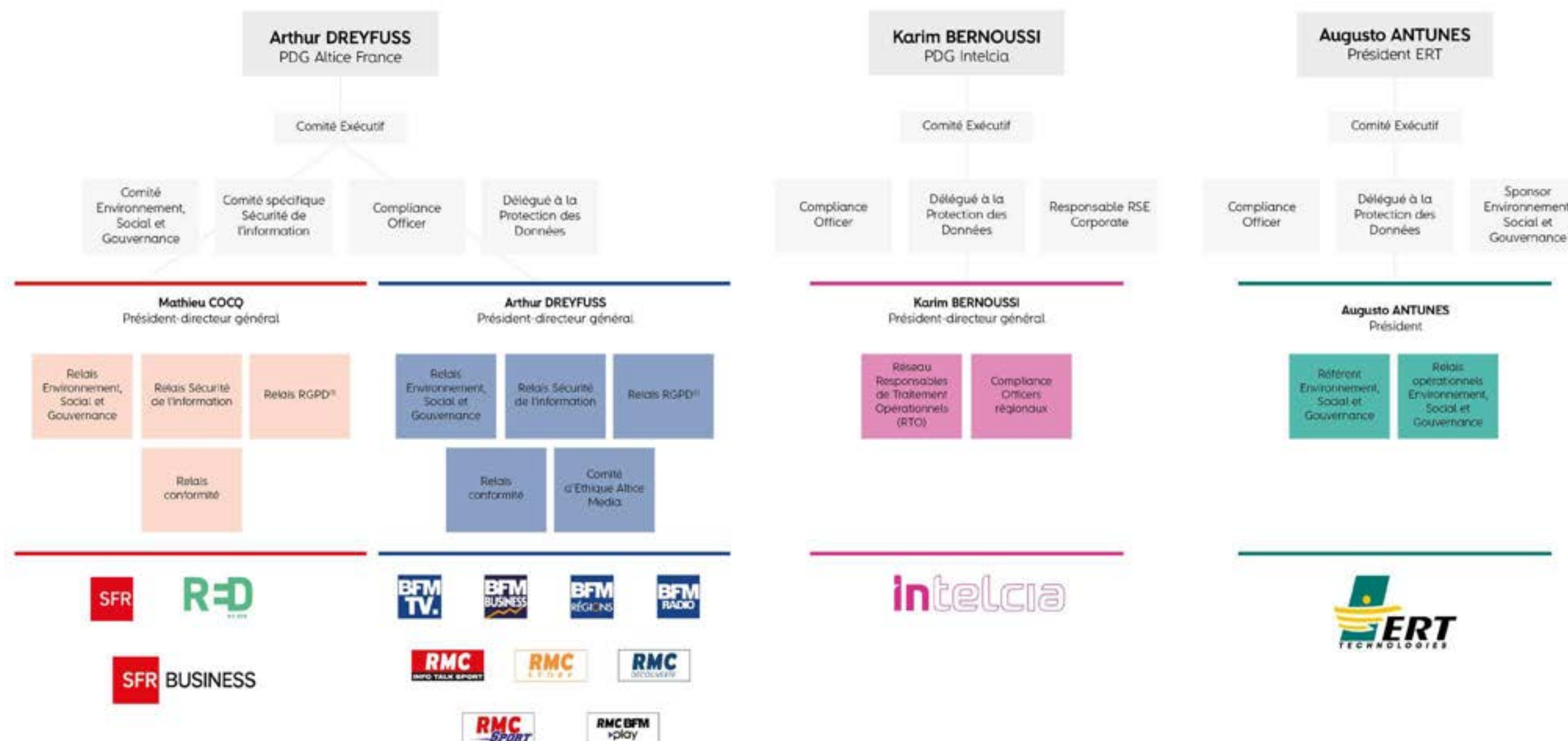
SCÉNARIO SSP5-8.5 HAUSSE DES TEMPÉRATURES DE +4,4°C	SCÉNARIOS CLIMATIQUES D'ICI À 2100	SCÉNARIO SSP1-2.6 LIMITATION DES TEMPÉRATURES À + 2°C
Risques physiques	Typologie de risques	Risques de transition
Extraction des ressources minières rendue difficile du fait d'enjeux hydriques : inondations ou ressources en eau insuffisantes	Extraction des ressources	Hausse de la demande en métaux nécessaires à une transition bas-carbone et au numérique avec un impact significatif sur leur prix et leur disponibilité
Impacts des événements climatiques extrêmes sur la chaîne de production des fournisseurs et sous-traitants et dégradation des conditions de travail de leurs salariés induite par la hausse des températures Fret maritime menacé par l'élévation du niveau de la mer et l'inondation des zones portuaires	Approvisionnement	Surcoûts opérationnels et hausse du prix des matières premières liés à de nouvelles réglementations, normes et taxes environnementales Reconfiguration vers une économie de marché moins mondialisée transformant profondément les possibilités d'approvisionnement
Interruption d'activité ou endommagement des infrastructures plus fréquents du fait de la hausse des températures et d'événements climatiques extrêmes Hausse des coûts d'exploitation et notamment de climatisation du fait de vagues de chaleur plus intenses et plus fréquentes	Exploitation des infrastructures	Déplétion des ressources fossiles induisant une forte hausse des coûts de l'énergie et donc des coûts d'exploitation
Baisse de la qualité de vie globale des populations, et donc du pouvoir d'achat du fait des conséquences liées au changement climatique	Demande des clients	Changements dans les modes de consommation, pour atteindre les objectifs d'une décroissance soutenable induisant une diminution des achats de produits neufs et le passage à une économie d'usage

Une démarche d'adaptation et de résilience

Cette cartographie des risques climatiques constitue une première étape essentielle dans la définition par le groupe Altice France d'un plan d'adaptation à court, moyen et long termes. Ce travail d'analyse a également permis d'enrichir la réflexion autour d'un modèle d'affaires durable et de dispositifs de gestion des risques résilients aux différents scénarios climatiques. L'amélioration continue du diagnostic des vulnérabilités des infrastructures, le renforcement de la résilience des installations via des travaux de rénovations ou encore l'adaptation du modèle économique via une politique bas-carbone font partie des leviers sur lesquels le groupe Altice France s'appuie pour répondre aux enjeux liés au changement climatique.

Gouvernance du groupe Altice France

Le groupe Altice France a mis en place des dispositifs de gouvernance au plus haut niveau notamment composés de comités se réunissant régulièrement. Cette organisation permet d'assurer la performance, la conformité aux réglementations nationales, européennes et internationales ainsi que la protection des données dans chacune de ses activités. Cette gouvernance vise à garantir le respect des principes de responsabilité et de transparence, la prise en compte des intérêts des parties prenantes internes et externes tout en garantissant le respect des droits humains et de l'environnement.



(1) Règlement Général sur la Protection des Données

Stratégie de Développement Durable

Altice France s'engage



AMBITION #1

Faire du numérique un allié de la transition écologique

Réduire l'impact environnemental des activités de l'entreprise et œuvrer pour un numérique au service de la transition écologique.

- ◆ Diminuer de 40 % les émissions de gaz à effet de serre d'ici à 2030 par rapport à 2022.
- ◆ Atteindre le Net Zéro Carbone en 2050.
- ◆ Développer des produits et offres permettant de contribuer à la sobriété et à la préservation des écosystèmes.
- ◆ Devenir un acteur de l'économie circulaire par la réparation, le réemploi, le reconditionnement et le recyclage.

AMBITION #3

Faire du numérique un accélérateur pour les talents

Faire de la diversité un vecteur de performance, de motivation et de développement de l'entreprise et de ses salariés et ainsi agir en faveur de l'égalité des chances.

- ◆ Favoriser l'emploi des jeunes et leur accompagnement dans la construction de leur avenir professionnel : recrutement de 1 000 alternants/an et de 1 000 jeunes à horizon 2025.
- ◆ Promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes (recrutement, évolution professionnelle, etc.) ; l'équilibre des temps de vie et la lutte contre les stéréotypes de genre.
- ◆ Soutenir l'insertion et maintien de l'emploi des personnes en situation de handicap.
- ◆ Maintenir l'employabilité des salariés du groupe et leur évolution professionnelle.

AMBITION #2

Faire du numérique une chance pour tous au service de l'inclusion

Agir en faveur de l'inclusion numérique et de l'égalité des chances et faire de l'engagement des collaborateurs un accélérateur pour les initiatives solidaires.

- ◆ Développer l'inclusion numérique dans les territoires en équipant, connectant ou formant 100 000 personnes d'ici 2025.
- ◆ Soutenir l'insertion professionnelle de 8 000 jeunes par an issus de milieux populaires, avec les associations partenaires de la fondation SFR.
- ◆ Conduire des initiatives solidaires sur l'ensemble du territoire (Pièces Jaunes, Sidaction, etc.).

AMBITION #4

Faire de l'information un moyen d'ouverture et de compréhension du monde

Délivrer les clés de compréhension de l'information pour que chacun puisse s'informer, utiliser les réseaux sociaux avec discernement et exigence et aiguïser son esprit critique.

- ◆ Donner les clés pour mieux comprendre le travail des journalistes et maintenir un lien de confiance avec les citoyens.
- ◆ Lutter contre la désinformation en particulier auprès des plus jeunes.
- ◆ Multiplier les échanges entre les professionnels de l'information et les différents publics grâce à des ateliers sur mesure.

Qualité de Service, Innovation et Accessibilité



Acteur des télécoms et des médias, le groupe Altice France propose de nombreux services : accès Internet, téléphonie fixe et mobile, services de relation client et de cybersécurité ou encore accès à l'information et au divertissement via ses chaînes TV, radio et ses plateformes digitales. Il s'emploie à offrir la meilleure qualité et accessibilité pour chacun de ses services et à permettre à tous de bénéficier des dernières innovations. En 2023, pour la deuxième année consécutive, SFR a été élu Service Client de l'Année dans la catégorie Solutions communicantes pour les particuliers. Cette victoire vient récompenser le travail de fond mené depuis plusieurs années par les équipes du Service Client autour de la formation, des outils ou encore de l'organisation du travail.

Assurer à tous un accès Internet et un service client de premier rang

I. Via un réseau mobile

Déploiement d'un réseau 5G performant

A travers le déploiement de son réseau 5G sur toute la France, le pôle Télécoms répond autant aux exigences de rapidité et d'efficacité des utilisateurs qu'aux usages du futur dans les domaines de l'Internet des objets, l'Industrie 4.0 ou encore la télémédecine.

La 5^e génération de réseau mobile est d'abord complémentaire de la 4G. Les possesseurs d'un téléphone et d'un forfait compatibles 5G bénéficient d'un débit et d'une réactivité améliorés dans les zones couvertes. Le déploiement de la 5G permet également d'améliorer considérablement le réseau 4G en évitant la saturation de ce dernier dans les zones les plus denses.

Le pôle Télécoms déploie progressivement son cœur de réseau de dernière génération afin d'apporter les meilleurs services à ses clients, comme la 5G Stand Alone (SA), une évolution du réseau 5G le rendant totalement indépendant du réseau 4G et comportant de nouvelles fonctionnalités telles que le Network Slicing⁽¹⁾. Dans cette nouvelle phase, SFR est accompagné par Nokia, un leader dans le domaine des technologies de communication de pointe. Après avoir été le premier opérateur à expérimenter un service Slicing 5G SA il y a un an au siège du groupe, SFR a réalisé pour la première fois ce service dans des conditions réelles, pour les médias d'Altice France (RMC Sport et BFM Grand Lille), lors de la diffusion du match d'UEFA Europa Conference League au Stade Pierre Mauroy de Lille. Le Slicing permet d'optimiser l'utilisation de la bande passante pour des usages sensibles, par exemple en cas de fortes affluences.

Fin 2023 et seulement trois ans après son lancement, 74 % de la population est couverte en 5G avec plus de 8900 communes en bénéficiant. SFR continue d'apporter à tous un accès équitable aux dernières technologies et aux services les plus innovants.

Les résultats de l'enquête annuelle⁽²⁾ de l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques, des Postes et de la distribution de la presse (Arcep) confirment l'ambition du groupe Altice France d'offrir à ses clients et clientes la meilleure qualité de réseaux. Ces résultats attestent de la performance du réseau SFR, qui poursuit sa progression sur la majorité des indicateurs suivis par l'Arcep. Grâce à ses choix stratégiques, SFR réalise une nette progression par rapport à l'année 2022 sur l'Internet 4G/5G et se positionne en n°1 ou n°2 ex aequo sur 85 % des critères liés à la data. Ces avancées s'illustrent notamment par une 2^{ème} place ex aequo sur le streaming vidéo et la navigation web en moins de 10 secondes sur l'ensemble du pays. Par ailleurs, SFR performe aussi sur les nouveaux usages voix qui lui permettent de se positionner à la 2^{ème} place sur la qualité des appels réalisés via Whatsapp.

(1) Découpage virtuel du réseau permettant la fourniture de services différenciés selon les besoins des utilisateurs

(2) https://www.arcep.fr/fileadmin/cru-1677573101/user_upload/67-23-version-francaise.pdf

Poursuite de la mobilisation de SFR dans la mise en œuvre du New Deal

En janvier 2018, tous les opérateurs télécoms, le Gouvernement et l'Arcep sont parvenus à un accord historique, le New Deal mobile, visant à généraliser une couverture mobile de qualité pour tous les Français. Les engagements suivants ont été pris :

- ◆ généralisation de la 4G sur l'ensemble des réseaux mobiles : équiper tous les sites mobiles en 4G ;
- ◆ couverture ciblée : améliorer la couverture de manière localisée pour répondre aux besoins identifiés par les pouvoirs publics ;
- ◆ couverture des axes de transport : couvrir les principaux axes routiers et ferrés pour permettre à tous de communiquer en se déplaçant ;
- ◆ amélioration progressive de la qualité des réseaux mobiles : élever le standard d'exigence appliqué aux obligations de couverture mobile et amener de la transparence sur les sites en panne ou en maintenance ;
- ◆ couverture indoor : apporter des solutions complémentaires pour permettre à tous de communiquer à l'intérieur des bâtiments ;
- ◆ développement de la 4G fixe : fournir un service fixe grâce à la 4G pour apporter un complément de couverture aux réseaux fixes.

Concernant le dispositif de couverture ciblée, les déploiements continuent à progresser : 2797 nouveaux pylônes 4G multi-opérateurs ont été construits et mis en service à fin 2023.

Quant à la généralisation de la 4G, SFR a atteint l'objectif global d'upgrade 4G de son parc à fin 2020 (dont 99,28 % de sites mutualisés 4G en zones blanches).

Concernant la couverture des Axes Routiers Prioritaires (ARP), il s'agissait d'obtenir une couverture 4G à fin 2020 en « outdoor »⁽¹⁾ et à janvier 2022 en « in car »⁽²⁾. Ces objectifs ont été atteints et SFR continue à étendre sa couverture au-delà des objectifs initialement fixés, toujours dans le but d'offrir la meilleure qualité de service à ses clients.

II. Via un réseau fixe

La fibre pour tous

Le groupe Altice France poursuit ses investissements dans les réseaux fixes, notamment très haut débit via ses infrastructures FTTH⁽³⁾ afin d'offrir un service de qualité à tous les citoyens, quelle que soit leur position géographique. Le groupe s'attache en particulier à déployer la fibre dans les zones moins denses afin d'offrir à tous la meilleure accessibilité de service et de lutter contre l'exclusion numérique.



Près de 5,2 millions de nouvelles prises FTTH/FTTB⁽⁴⁾ commercialisables (à fin décembre 2023)

Près de 7 200 nouvelles communes éligibles à la fibre (soit plus de 28 800 communes au total à fin décembre 2023)



(1) Outdoor : Couverture en configuration piéton à l'extérieur des bâtiments

(2) In car : Couverture en véhicule automobile (en situation passager)

(3) FTTH : Fiber to the home

(4) FTTB : Fiber to the building

SFR et XpFibre pleinement engagés dans le déploiement de la fibre sur les territoires

Grâce aux investissements massifs de SFR et de XpFibre, ainsi qu'à la mobilisation de leurs sous-traitants, un niveau exceptionnel de déploiement de la fibre a pu être réalisé en 2023. Avec plus de 2,5 millions de logements et locaux professionnels rendus éligibles sur les trois dernières années, XpFibre n'a cessé de se mobiliser sur le terrain pour réaliser une année exceptionnelle en termes de volume de déploiement.

Ces déploiements ont très largement contribué à l'amélioration de la couverture très haut débit du territoire et répondent aux besoins croissants des Français.

En 2021, le groupe Altice France a soutenu le Gouvernement dans la mise en œuvre de son plan d'action « très haut débit pour tous » notamment en œuvrant aux côtés des collectivités locales pour déployer le très haut débit fixe partout sur le territoire.

En Zones d'Initiative Publique (ZIP), SFR et XpFibre continuent d'être les partenaires privilégiés des collectivités locales en étant présents dans tous les départements de France métropolitaine via des Délégations de Service Public (DSP) ou Appels à Manifestation d'Engagements Locaux (AMEL).



Au total, plus de 34,6 millions de prises éligibles (FTTH/FTTB) en France (à fin décembre 2023)

III. Via la mobilisation des équipes Intelcia pour construire des relations client de qualité

SFR, EdenRed France, Orange Maroc, Marjane, Electroplanet et Décathlon Maroc Elus Service Client de l'année 2024

Les collaborateurs d'Intelcia et en particulier les conseillers clients se mobilisent au quotidien pour assurer un service de qualité, à la fois aux consommateurs qui les contactent et aux entreprises clientes pour le compte desquels ils agissent. Cette qualité de service est obtenue grâce à de nombreux dispositifs :

- ◆ formation initiale et continue des conseillers ;
- ◆ mise en place sur les sites Intelcia d'espaces test reproduisant les environnements de certaines entreprises clientes comme SFR (mise à disposition de TV, box, smartphones, tablettes, etc.) ;
- ◆ mobilisation des dernières technologies (notamment celles liées à l'intelligence artificielle) pour améliorer les interactions avec les consommateurs et les processus internes ;
- ◆ reporting et échanges réguliers avec les entreprises clientes afin de travailler en collaboration pour offrir la meilleure expérience possible aux consommateurs et consommatrices.

En 2023, la mobilisation des équipes d'Intelcia pendant plusieurs semaines de tests mystères a permis à plusieurs entreprises clientes d'Intelcia d'être Elus Service Client de l'année 2024 dans leurs catégories respectives : SFR, EdenRed France, Orange Maroc, Marjane, Electroplanet et Décathlon Maroc. Côté SFR, cette élection vient récompenser les efforts conjoints des équipes Intelcia et SFR. Elles ont travaillé à la mise en œuvre d'un plan de transformation s'appuyant notamment sur la refonte des parcours de recrutement et de formation des conseillers, et le développement d'outils d'aide à la prise en charge des consommateurs ou de simplification et d'optimisation de l'organisation du Service Client.



Développer des services innovants pour les clients

I. E-volucion by Intelcia : l'innovation au service de l'expérience client



Avec près de 20 ans d'expérience dans la relation et l'expérience client, Intelcia a su développer une expertise forte et une qualité de service reconnue. La démarche d'Intelcia et sa mise en œuvre font l'objet d'une certification combinée ISO 9001 / ISO 18295-1⁽¹⁾, qui atteste de la qualité des solutions proposées par Intelcia à ses partenaires pour améliorer l'expérience client. Ces dernières années, ces solutions se sont appuyées de plus en plus fortement sur l'innovation digitale, avec le développement d'outils d'automatisation ou de suivi des données en temps réel, par exemple.

En 2022, Intelcia a capitalisé sur cette expertise en lançant sur le marché français E-volucion by Intelcia, une offre de conseil en Expérience Client et Transformation couplée à des solutions technologiques innovantes : Intelligence Artificielle (IA), speech analytics, Robotic Process Automation (RPA), smart predictive, réalité virtuelle, etc.

E-volucion propose par exemple à ses organismes clients d'utiliser le chatbot AVI, développé en interne, ou de mobiliser l'IA Générative pour améliorer la relation client. En effet, le secteur de la relation client offre un champ d'application important pour l'IA, notamment au regard de la quantité de données produites. Ainsi, l'analyse des interactions entre une marque et ses clients, grâce à l'IA, permet de mieux comprendre les irritants pour offrir une meilleure expérience client. Les interactions à faible valeur ajoutée peuvent également être automatisées, ce qui permet de réduire la durée moyenne de traitement des demandes clients, et aux conseillers clients de se concentrer sur des tâches plus complexes, à plus forte valeur ajoutée.

A fin 2023, un an après son lancement sur le marché français, E-volucion by Intelcia a accompagné une vingtaine d'entreprises internationales sur différents secteurs en France : banques, retail, télécommunications, assurances, automobile, etc.

II. Autodiagnostic sur les applications SFR&MOI et RED&MOI : une qualité de service renforcée

Dans une optique d'amélioration continue, le service client grand public, en collaboration avec les équipes digitales et SI propose aux clients SFR et RED by SFR un nouveau canal de diagnostic et de mise en relation, disponible sur les applications SFR&MOI et RED&MOI. Cette application utilise un robot intelligent (bot) pour guider les utilisateurs dans leur autodiagnostic, facilitant ainsi la résolution rapide et efficace des problèmes de réseau à l'intérieur de leur domicile. Disponible depuis septembre 2022, ce dispositif fournit une assistance étape par étape, offrant des informations en temps réel et des solutions adaptées aux problèmes de chacun.

La digitalisation de ce service client a également permis de réduire le nombre d'appels traités par le service client technique fixe. En effet, seulement 16% des clients qui ont utilisé l'outil d'autodiagnostic rappellent le service client après le passage sur le bot.

Cette année, les équipes digitales et SI travaillent sur une seconde version de cette application. Prévue pour mai 2024, celle-ci prévoit de nouvelles fonctionnalités telles que la prise de rendez-vous avec un technicien, la création d'un dossier de suivi service client, la réservation d'une box de poche pendant la durée de l'incident ou le rechargement du mobile SFR 200Go pendant la durée de l'incident.

Grâce à cet outil de résolution des incidents techniques, SFR et RED by SFR s'engagent à fournir une assistance optimale et rapide aux utilisateurs de leurs réseaux, en améliorant continuellement leurs services.

III. Partenariat inédit entre RMC, RMC Sport et une chaîne de la plateforme Twitch : s'adapter aux usages numériques actuels

En phase avec les tendances numériques actuelles, les chaînes de télévision RMC et RMC Sport ont proposé cette année un nouveau format de contenu interactif à leurs spectateurs et spectatrices, grâce à une collaboration originale avec l'influenceur Domingo.

Ainsi, à l'occasion du match de l'Europa League FC Barcelone – Manchester United, en février dernier, les spectateurs ont pu suivre l'événement sur les chaînes RMC Sport et RMC Story ainsi que sur la chaîne Twitch de l'influenceur.

En permettant la diffusion d'un tel événement sur la plateforme, les chaînes du groupe s'adaptent pour offrir un format innovant et une expérience de visionnage plus participative, grâce aux fonctionnalités de la plateforme. Inédit, l'événement a été un succès puisqu'il a réuni 580 000 spectateurs sur les chaînes de RMC et atteint jusqu'à 1,6 million de vues sur la plateforme Twitch.

(1) La norme ISO 9001 spécifie les exigences de management de la qualité et la norme ISO 18295-1 spécifie les exigences de service pour les centres de contact clients afin de garantir la satisfaction client.

Rendre les services accessibles à tous

Acteur engagé, le groupe Altice France agit chaque jour en faveur d'une qualité de service inclusive notamment pour ses clients en situation de handicap en les accompagnant au rythme des avancées technologiques.

I. Un Service Après-Vente dédié aux personnes sourdes et malentendantes avec Samsung Electronics Maroc

Ce SAV est disponible depuis 2021 à travers des appels vidéo et accessible quel que soit le lieu où le client se trouve. Il permet d'étendre le service d'assistance en langue des signes aux personnes sourdes et malentendantes qui rencontrent des difficultés hors ligne, en magasin ou en centre de services de réparation.

Cette action commune à Samsung et à Intelcia s'inscrit dans leur stratégie respective d'inclusion des personnes en situation de handicap.

II. L'accessibilité des services numériques

Pionnier en matière d'accessibilité des services numériques, SFR a rendu dès 2010 sa relation client accessible aux personnes sourdes ou malentendantes grâce à son partenariat avec Deafi.

Des vidéo-conseillers sourds assurent la relation avec les clients et clientes par écrit à l'aide d'un dispositif de chat ou en langue des signes française par webcam. En 2023, Deafi a traité 10 621 appels.

Depuis 1997, Handicapzéro accompagne SFR dans le développement de dispositifs adaptés aux besoins des abonnés aveugles ou malvoyants en éditant des documents en braille ou en caractères agrandis. En 2023, Handicapzéro a édité plus de 15 908 documents en braille ou factures agrandies.

III. L'extension des dispositifs d'accessibilité du pôle Télécoms

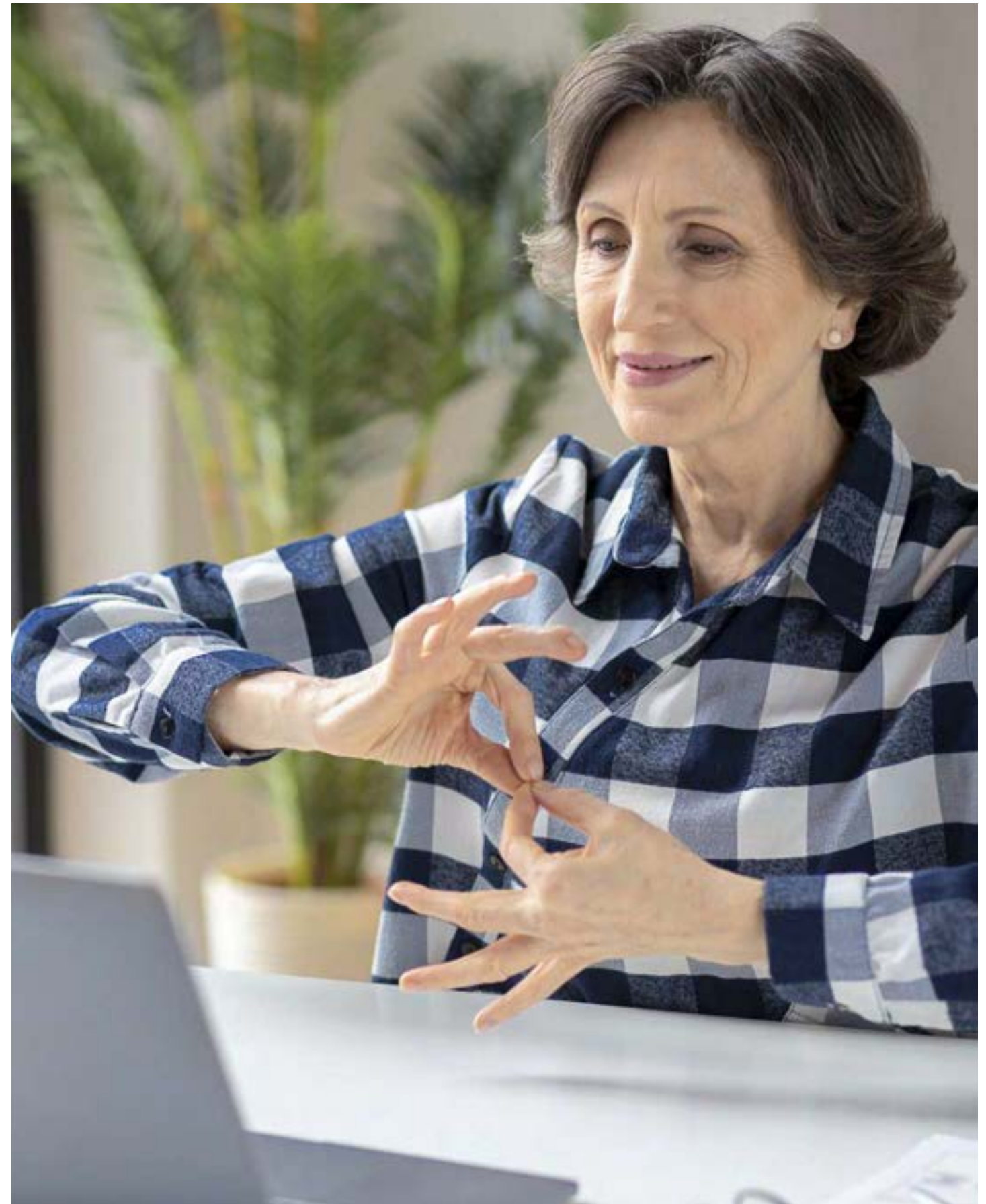
Depuis octobre 2018, les clients sourds et malentendants peuvent utiliser le Centre Relais Téléphonique adapté à leurs appels interpersonnels. Ce service, opéré par la start-up française Rogervoice, s'appuie sur une application innovante. Depuis l'automne 2021, une modalité de communication supplémentaire reposant sur le braille est mise à disposition des personnes sourdaveugles. De même, le forfait offert pour passer des appels interpersonnels via Rogervoice a évolué pour passer de 1h à 3h par mois et sur des horaires élargis. En plus de cette nouveauté, les horaires d'ouverture du Centre Relais Téléphonique se sont étendus en soirée et le samedi.

IV. Evolution de l'accessibilité des médias

Altice Media a continué à renforcer l'accessibilité de ses programmes (information, documentaire, magazine, fiction) en sous-titrage et langue des signes française.

En 2023, RMC Story a inauguré son premier rendez-vous hebdomadaire traduit en langue des signes française.

Les chaînes RMC Story et RMC Découverte continuent de proposer des programmes en audiodescription chaque année.



Le groupe Altice France, acteur engagé au quotidien



« Altice France est convaincu que les entreprises sont les premiers acteurs de la transformation de la société, raison pour laquelle des engagements forts ont été pris depuis plus de 20 ans déjà. Aujourd’hui, Altice France est plus que jamais mobilisé pour mener des actions citoyennes et aider à relever les nombreux défis auxquels nous devons collectivement faire face. Promouvoir l’égalité des chances, favoriser la diversité, faire du numérique un outil d’inclusion pour tous, innover pour que les nouvelles technologies servent la cause environnementale, tels sont les engagements qui conditionnent les décisions du groupe et façonnent notre manière de travailler. Il est incontournable pour un groupe comme Altice France de se montrer exemplaire et volontaire afin d’inciter d’autres acteurs à suivre nos pas. »



MARIE LHERMELIN
Secrétaire générale adjointe Altice France
Directrice de l’Engagement du groupe

« La RSE d’Intelcia gagne chaque année davantage en maturité. Ceci est permis par la poursuite ou le lancement de projets clés, comme Intelcia IntegrityCounts, la plateforme de whistleblowing du groupe, ou encore le calcul des émissions carbone. Et pour assurer un ancrage en interne de notre RSE, nous avons conscience du rôle de la sensibilisation, de la formation, et de l’engagement des équipes. A cet égard, nous avons mis en place en 2023 de nombreuses actions de formation auprès de nos collaborateurs et collaboratrices. Du fait de leur importance et de leur transversalité, certaines formations ont été diffusées auprès de tous. Cela a par exemple été le cas des modules d’e-learning sur la non-discrimination et le non-harcèlement, ou encore l’anti-corruption. D’autres formations, plus spécifiques à certains métiers, ont fait l’objet de déploiements ciblés, comme la formation des acheteurs aux achats responsables. Par ailleurs, nos initiatives au sein de nos communautés, solidaires mais aussi de plus en plus environnementales, continuent à mobiliser nos collaborateurs et collaboratrices. Pour eux, cela représente une opportunité de créer des liens autour de l’identité d’Intelcia et de ses valeurs « We Dream, We Care, We Do », et aussi de prendre part à la concrétisation de nos engagements RSE. Enfin, cette année en particulier, nous avons publié notre Rapport RSE, incluant une matrice de matérialité qui a relancé le dialogue avec nos parties prenantes et conforté nos axes d’engagement. Nous nous sommes ainsi inscrits dans ce que nous estimons devoir être une RSE sincère : une RSE qui communique ses résultats et rend compte de ses efforts. »



NADIA BEN BAHTANE
Directrice Marque et Engagements
Intelcia

Altice France s’engage avec la mobilisation de tous

du numérique un allié de la transition écologique

Placé au cœur de la vie numérique des Français, Altice France agit pour réduire son impact environnemental, oeuvre au service de la transition écologique tout en amplifiant la résonance médiatique de cet enjeu plus que jamais fondamental auprès de ses publics, partenaires et fournisseurs.

du numérique une chance pour tous au service de l’inclusion

Altice France croit en la nécessité de donner à chacun les moyens de s’émanciper et de s’épanouir. Ce combat pour l’égalité des chances qu’il mène de façon concrète se concentre autour de l’inclusion professionnelle des jeunes et de la solidarité.

du numérique un accélérateur pour les talents

Les politiques mises en place par Altice France en faveur de l’alternance, de l’égalité femmes et hommes, du handicap au travail ou de la lutte contre les stéréotypes créent un environnement diversifié et ouvert permettant à chacun de révéler ses pleins potentiels.

de l’information, un moyen d’ouverture et de compréhension du monde

Les médias d’Altice France ont une responsabilité, celle de partager leur expérience et de donner les clés de compréhension de l’information, pour que chacun puisse s’informer, utiliser les réseaux sociaux avec discernement et exigence, aiguïser son esprit critique et être un citoyen éclairé.

SFR RMC BFM

Côté Télécoms et Media

Chaque année, les pôles Télécoms et Média du groupe Altice France agissent davantage en faveur de la transition écologique, de l’égalité des chances et de l’inclusion numérique, de l’accélération des talents et de l’éducation à l’information, qui sont les 4 piliers de leur engagement. Les collaborateurs de SFR, RMC et BFM se mobilisent ainsi en soutien de projets solidaires à fort impact.

Côté Intelcia

Les enjeux liés à l’implantation locale sont primordiaux pour Intelcia, du fait de sa croissance rapide et de son déploiement dans différents pays. Aussi, Intelcia fonde l’ensemble de sa politique d’engagements sur les trois objectifs suivants :

- ◆ l’ancrage territorial, que ce soit par l’inclusion à travers l’emploi, ou la participation à la dynamique territoriale notamment par la promotion de l’entrepreneuriat ;
- ◆ la solidarité avec les communautés, avec trois causes majeures : l’éducation des enfants et des jeunes, la santé, et le soutien à toutes les formes de vulnérabilité ;
- ◆ le sponsoring d’actions locales, visant à impliquer Intelcia dans la vie des territoires.

Indicateurs clés de performance

RISQUES	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	ERT TECHNO- LOGIES	INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE	2022	2023
Ancrage territorial et création de valeur partagée	X	N/A	N/A	N/A	Montant reversé par la Fondation SFR au titre du mécénat financier	1 M€	1 M€
	N/A	N/A	X	N/A	Montant des actions de parrainage et de sponsoring local d’Intelcia	19 031 €	10 728 €
	X	X	N/A	N/A	Nombre de jeunes accompagnés dans leur réussite professionnelle grâce au soutien d’associations	C/M	7 853
	X	N/A	X	N/A	Nombre de projets soutenus par la Fondation SFR ou Intelcia au cours de l’année	C/M	88
	X	N/A	N/A	N/A	Nombre de collaborateurs ayant réalisé du mécénat de compétences dans l’année	NEW	39
Inclusion numérique	X	N/A	N/A	N/A	Nombre de recharges prépayées offertes par SFR à Emmaüs Connect au cours de l’année	C/M	12 000

N/A : Non-applicable ; C/M : Changement méthodologique ; NEW : Nouvel indicateur

Côté Télécoms et Media

Les pôles Télécoms et Media placent les enjeux sociétaux au cœur de leur stratégie d’engagement depuis la création de la fondation en 2006.

Chaque année, l’engagement du groupe se renforce autour de partenariats forts avec des associations dont l’action est reconnue.

En 2023, la Fondation SFR a élargi son champs d’action en soutenant de nouveaux projets portés par Génération Numérique, les Restos du Cœur et Elles Bougent, afin de continuer à faire du numérique un levier d’inclusion et d’émancipation pour tous. Le pôle Media a lancé le programme d’éducation à l’information « L’info en Vrai » pour sensibiliser à un usage responsable des différents canaux d’information et lutter contre la désinformation. A travers les différentes actions du programme, près de 1600 personnes ont été sensibilisés partout en France en 2023.

Les collaborateurs des pôles Télécoms et Media se sont pleinement mobilisés tout au long de l’année autour d’opérations solidaires d’envergure comme le parrainage d’associations dans le cadre du Fonds de soutien citoyen financé par la Fondation SFR, la participation en tant que jurés lors de sessions de pitch pour l’Appel à Projets Numérique Solidaire ou encore le mentorat avec de nombreux collaborateurs accompagnant des jeunes issus de milieux modestes vers l’insertion professionnelle.

Côté Intelcia

Intelcia travaille en partenariat avec ses parties prenantes territoriales pour atteindre les 3 objectifs de sa politique d’engagement, notamment avec les autorités locales et agences du territoire. Intelcia collabore également avec les associations, les start-ups et entreprises sociales locales qui œuvrent dans de nombreux domaines tels que la santé, le monde éducatif et les vulnérabilités.

Ses engagements visent aussi bien des actions ponctuelles nécessitant un mécénat d’urgence, que des partenariats durables. Intelcia met un point d’honneur à impliquer ses collaborateurs ou à favoriser les initiatives que ceux-ci défendent. Ainsi, ce sont près de 600 collaborateurs Intelcia qui se sont mobilisés en 2023 sur l’ensemble des sites des différents pays.

Les objectifs du groupe Altice France

RISQUES	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	ERT TECHNO- LOGIES	INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE	2022	2023
Ancrage territorial et création de valeur partagée	X	X	N/A	N/A	Accompagner 8 000 jeunes par an dans leur réussite professionnelle grâce au soutien d’associations	7 000	7 853
Inclusion numérique	X	N/A	N/A	N/A	Ouvrir 16 espaces de solidarité numérique Emmaüs Connect entre 2021 et 2025	25 %	44 %
	X	X	N/A	N/A	Equiper, connecter et former + de 100 000 personnes d’ici 2025 avec Emmaüs Connect	87 %	98 %

N/A : Non-applicable



Faire du numérique une chance pour tous au service de l'inclusion

En tant qu'acteur majeur des Télécoms en France, SFR est convaincu que tous les citoyens doivent avoir un accès égal aux services numériques. L'usage de la téléphonie mobile et d'Internet constitue un levier majeur d'insertion sociale et professionnelle pour les personnes en situation de précarité ou d'exclusion. L'inclusion numérique est par conséquent un sujet au cœur des préoccupations de l'entreprise.



CORINNE PONCEY COURTOIS
Déléguée générale de la Fondation SFR

« En choisissant l'inclusion numérique comme véritable axe d'engagement il y a plus de 10 ans et en soutenant l'action d'Emmaüs Connect, SFR a fait un choix pionnier à une époque où la précarité numérique n'était pas encore identifiée comme une urgence sociale. Aujourd'hui, nos actions continuent de répondre à un fort besoin et s'inscrivent dans un engagement global du groupe pour répondre au triptyque équiper, connecter et accompagner. »



« La crise sanitaire a mis en lumière l'urgence que représente le combat contre l'exclusion numérique et sociale. Il faut sensibiliser les citoyens et les acteurs de terrain pour que la mobilisation ne faiblisse pas. Aux côtés de l'État et de SFR, partenaire historique qui nous permet d'agir au quotidien auprès des publics en situation de précarité, nous menons des projets ambitieux d'inclusion numérique pour connecter, équiper et accompagner davantage sur tout le territoire. »

MARIE COHEN-SKALLI



MARIE COHEN-SKALLI
Co-directrice d'Emmaüs Connect
ARTHUR DREYFUSS
Président-directeur général d'Altice France
CHARLOTTE BOUGENEAUX
Co-directrice d'Emmaüs Connect

Un accès et un usage du numérique facilités pour tous

SFR s'engage depuis 10 ans dans l'inclusion numérique et a notamment participé à la création d'Emmaüs Connect qui est aujourd'hui l'association de référence sur ce sujet. Grâce au soutien de SFR et de sa Fondation, Emmaüs Connect met à disposition du matériel solidaire dans ses 18 espaces de solidarité. L'association propose également un accompagnement à l'acquisition de compétences numériques essentielles.

Depuis 10 ans, l'accompagnement de SFR auprès d'Emmaüs Connect représente :

- ♦ plus de 135 000 personnes équipées et accompagnées ;
- ♦ 800 000 Go offerts à Emmaüs Connect chaque année ;
- ♦ plus d'1 million de recharges prépayées distribuées aux plus démunis à prix solidaire.

En 2023 :

- ♦ plus de 17 000 personnes en situation de précarité ont bénéficié de kits de connexion SFR ;
- ♦ 10 000 PC portables et smartphones ont été offerts à Emmaüs Connect.



Des actions au cœur des territoires



WeTechCare, accompagnée par la Fondation SFR depuis sa création, lutte pour réduire la fracture numérique en permettant à chacun d’accompagner à son échelle des publics en difficulté. Au travers de sa plateforme LesBonsClics, l’association informe sur les enjeux de l’inclusion numérique et propose aux aidants des contenus pour se former sur les compétences essentielles à transmettre.

SFR et WeTechCare accompagnent depuis 6 ans les opérateurs de service public, les collectivités et les acteurs de l’insertion dans leur stratégie d’inclusion numérique.

En 2023, deux webconférences ont été organisées par SFR et son partenaire afin d’aider les territoires à prendre en compte l’inclusion numérique dans leurs politiques publiques. À travers un débat et une série de témoignages, les spectateurs ont découvert les enjeux de l’inclusion numérique ainsi que des solutions pour accélérer les projets dans les territoires.

Renforcement du champ d’action de la Fondation SFR avec trois nouvelles associations partenaires

En 2023, la Fondation SFR a décidé d’étendre le champ de son intervention en nouant des partenariats avec trois nouvelles associations : Les Restos du Cœur avec pour objectif d’essaimer les structures dédiées à l’inclusion numérique en France, Génération Numérique en vue de sensibiliser les enfants et adolescents au numérique, enfin Elles-Bougent afin de contribuer à la féminisation des métiers scientifiques, techniques et technologiques.



Des projets numériques solidaires avec des associations en région



La Fondation SFR a lancé un nouvel Appel à Projets Numérique Solidaire en septembre afin de soutenir des associations engagées au plus près du terrain pour faciliter l’insertion des personnes en précarité numérique. Cet Appel à Projets Numérique Solidaire, doté d’un montant de 125 000 €, vient amplifier l’action de la Fondation SFR au plus près des territoires. Les 5 projets lauréats, sélectionnés par un jury de salariés SFR à la suite de sessions de pitch, ont bénéficié d’une dotation de 25 000€ pour développer leurs projets.

Former et accompagner les plus démunis aux usages du numérique avec les Restos du Cœur

En 2023, Altice Media a noué un partenariat avec les Restos du cœur pour lutter contre la grande précarité en relayant les campagnes d’appel aux dons sur les antennes du groupe et en proposant aux clients de SFR une opération solidaire dont les recettes ont été entièrement reversées à l’association.

Au-delà de l’aide alimentaire, les « Restos du cœur » apportent leur aide aux publics en situation de précarité en les accompagnant aux usages du numérique. Une phase d’accompagnement au numérique conduite en lien avec « Emmaüs Connect » et « WeTechCare », a permis de construire un parcours d’apprentissage adapté en 2023 :

- ◆ un réseau de 60 bénévoles a été formé à l’apprentissage du numérique ;
- ◆ 560 personnes ont été accompagnées pour acquérir des compétences numériques utiles au développement de leur parcours d’insertion ;
- ◆ 11 associations départementales, dont 5 labellisées « inclusion numérique », ont été soutenues.



La Fondation SFR soutient et accompagne les « Restos du cœur » dans le déploiement de ce modèle sur le territoire, avec pour objectif de doubler le nombre d’associations départementales labellisées « inclusion numérique » au sein de son réseau.

Ce soutien permettra également de multiplier les différentes typologies de lieux d’accueil et de former 80 nouveaux bénévoles.

Sensibiliser les plus jeunes aux usages du numérique avec Génération Numérique



La mission prioritaire de « Génération Numérique » est d’être une ressource complémentaire à l’Education Nationale et à l’éducation familiale en proposant des interventions de prévention, d’information et de vulgarisation aux usages du numérique auprès des enfants et des adolescents. « Génération Numérique » travaille en étroite collaboration avec la CNIL, l’ARCOM, le Défenseur des Droits, les ministères de l’Education Nationale, de la Culture, de l’Enfance et de l’Intérieur. 30 salariés dont 24 intervenants formés et spécialisés, interviennent dans 2 200 collèges et lycées et sensibilisent chaque année 400 000 élèves aux usages du numérique. Un nouveau module de sensibilisation aux usages du numérique et de la lutte contre la désinformation, spécifiquement conçu pour les jeunes publics des quartiers prioritaires de la politique de la ville, a été testé en 2022 à la Cité éducative de Sarcelles. Le soutien de la Fondation SFR permet à « Génération Numérique » de déployer ce projet pilote destiné aux collégiens et lycéens dans plusieurs quartiers prioritaires de la politique de la ville dès 2023, en apportant à ce premier module une dimension pratique avec la réalisation de projets concrets. Grâce à cette dotation, près de 4 500 élèves dans 150 classes de collège bénéficieront d’une journée de prévention.

Soutenir l'égalité des chances et l'insertion professionnelle des jeunes

L'engagement est au cœur de l'identité du groupe Altice France. Depuis plus de 15 ans, le groupe agit chaque jour auprès des publics fragiles pour rétablir l'égalité des chances, en concentrant ses actions sur les jeunes. Intelcia agit au plus près de ses territoires d'implantation, en mobilisant ses collaborateurs et en apportant son soutien à des associations locales en lien avec ces enjeux. De son côté, la Fondation SFR est le mécène de nombreuses associations œuvrant en faveur de l'insertion professionnelle. Ainsi, en 2023, près de 8 000 jeunes ont été accompagnés grâce au soutien de la Fondation SFR à travers ses associations partenaires : Article 1, Sport dans la ville, Rêv'Elles, La Cravate Solidaire, Le Déclic, Mozaïk RH, Time2Start et Eden School.



I. Faciliter l'orientation des jeunes et leur insertion professionnelle

Développer l'esprit d'entreprendre chez les jeunes avec les Idéateurs

Créé en 2015, le Collectif pour l'Emploi regroupe 6 fondations dont la Fondation SFR. Le « Parcours Créa Ecole-Entreprise », initié par « Le Collectif pour l'Emploi » et porté par l'association « Les Idéateurs », a pour objectif principal de développer l'esprit d'entreprendre chez les jeunes collégiens et lycéens, en leur proposant une expérience entrepreneuriale immersive d'une journée ou d'une semaine avec la création et la gestion d'une petite entreprise. Ce parcours est proposé à des collégiens et des lycéens décrocheurs ou en grande difficulté scolaire dans 28 établissements de Seine-Saint-Denis. Dès novembre 2023, la Fondation SFR a décidé d'accompagner les Idéateurs dans le développement de ce projet en Région Ile-de-France, en adéquation avec ses champs d'action prioritaires.



Nos Quartiers ont du Talent : un programme de mentorat professionnel dédié aux jeunes diplômés

Altice Media est partenaire depuis 2016 de l'association Nos Quartiers ont du Talent, qui propose un dispositif d'aide à l'emploi aux jeunes diplômés issus de milieux modestes. Dans ce cadre, la 3^e édition du Hub Entrepreneurs s'est déroulée le 4 juillet 2023 à l'Altice Campus pour la deuxième année consécutive. Lors de cette journée dédiée à l'entrepreneuriat, 21 jeunes porteurs d'un projet et soutenus par l'association ont pu participer à des workshops et 9 d'entre eux ont bénéficié de séances de coaching personnalisé.



Le soutien de l'insertion par le sport avec Sport dans la Ville

Sport dans la Ville est la principale association d'insertion par le sport en France. Depuis plus de 20 ans, l'ensemble des programmes mis en place par Sport dans la Ville a permis de favoriser l'insertion sociale et professionnelle de 9 500 enfants et jeunes âgés de 6 à 25 ans. La Fondation SFR a renouvelé son soutien en 2023 afin de promouvoir l'égalité des chances grâce au sport et de favoriser l'insertion professionnelle de 3 200 filles à travers le programme L Dans La Ville.

La cérémonie de clôture de la promotion 2023 « Job dans la Ville », programme d'insertion de Sport dans la Ville dont Arthur Dreyfuss était le parrain cette année, s'est déroulée au sein de l'Altice Campus le 5 juillet 2023.



La promotion de l'insertion professionnelle aux côtés de La Cravate Solidaire



Association partenaire de la Fondation SFR depuis quatre ans, La Cravate Solidaire a pour mission de faciliter l'accès à l'emploi de personnes en insertion ou en réinsertion professionnelle en luttant contre les discriminations liées à l'apparence. Elle propose des tenues professionnelles gratuites à des personnes en recherche d'emploi, des conseils en image et des simulations d'entretiens. En 2023, pendant deux semaines, une collecte nationale de vêtements professionnels a été organisée sur neuf sites SFR : en région parisienne, à Aix-en-Provence, à Bordeaux, à Lille, à Lyon, à Nantes et à Rouen.

Collecte nationale La Cravate solidaire :
680 kg de vêtements collectés en 2023

Le mentorat avec Article 1

Depuis sa création en 2004, Article 1 accompagne des jeunes talents issus de milieux modestes dans leur réussite académique et professionnelle, notamment par le biais du mentorat et du programme de préincubation « Tous Entrepreneurs ».

En 2023, Article 1 a poursuivi le développement de sa plateforme DEMA1N.org qui démocratise le mentorat afin que des salariés ou des indépendants bénévoles accompagnent des étudiants dans leur réussite scolaire

et professionnelle. À travers la Fondation SFR, le groupe Altice France se mobilise en relayant sur BFM Business, ainsi qu'en interne, la campagne publicitaire destinée à promouvoir cette plateforme dédiée au mentorat.



Promouvoir la diversité dans le recrutement avec Mozaïk RH



Convaincu que la diversité est facteur de dynamisme social, d'innovation et de performance, SFR est partenaire depuis 10 ans de Mozaïk RH et de sa Fondation qui agissent contre les discriminations à l'emploi. La Fondation SFR soutient, notamment, depuis son lancement en 2018, la plateforme inclusive « Mozaïk Talents.com ». Elle a pour objectif de démultiplier les mises en relation des entreprises avec des candidats évalués non plus uniquement sur leur CV mais sur leur potentiel et leur personnalité. Au-delà du soutien financier de la Fondation SFR, les antennes du pôle Media se mobilisent régulièrement pour mettre en lumière les actions développées par Mozaïk RH : participation à des émissions, relais des grandes campagnes annuelles de sensibilisation de l'opinion publique, etc.

Enfin, le groupe Altice France est partenaire du mouvement pour l'inclusion économique initié par la Fondation Mozaïk depuis 2022 et a participé au Sommet de l'inclusion économique qui s'est déroulé le 28 novembre au ministère de l'économie et des finances (animation d'un atelier de présentation des métiers des pôles Télécoms et Media, rencontre de jeunes talents, participation au jury du Fonds Sens à destination de jeunes entrepreneurs).

II. Promouvoir l'égalité des chances

L'émancipation des jeunes filles des quartiers populaires



L'association Rêv'Elles s'engage depuis 2013 pour l'égalité des chances. Elle œuvre pour une meilleure orientation professionnelle des jeunes filles de 14 à 20 ans issues des milieux populaires. Son action passe par la mise en place d'un dispositif d'accompagnement d'une durée de 9 mois composé de coachings collectifs et individuels, ainsi que d'ateliers leur permettant de travailler sur leur projet professionnel.

En 2023, l'association Rêv'Elles a accompagné 234 nouvelles bénéficiaires et 368 jeunes filles sont engagées activement dans la communauté des Alumnae. À travers ce partenariat initié il y a 6 ans, la Fondation SFR organise régulièrement des rencontres entre ces jeunes filles et des salariées des entreprises du groupe Altice France (SFR, BFMTV, BFM Business, RMC Story et RMC Découverte). En 2023, dans le cadre du programme Rêv'elles Moi Ton Potentiel, deux journées d'immersion chez SFR ont été organisées, sur le campus du groupe Altice France, ainsi que sur le site de Lyon Bron. Au total, 33 salariées se sont engagées tout au long de l'année pour présenter leur parcours professionnel, inspirer ces jeunes filles et les guider à leur tour.

La promotion de parcours inspirants avec l'Ascenseur



Pépinière rassemblant 20 associations et des entrepreneurs sociaux engagés pour l'égalité des chances, l'Ascenseur a ouvert ses portes en juin 2019. SFR a participé à la création de ce lieu unique en Europe aux côtés de BNP Paribas, d'Astra Zeneca et de PwC. Le groupe a mis son savoir-faire au service de la création de cette pépinière en lui apportant Fibre, WiFi, réseau, connectivité, technologies, devenant ainsi son partenaire numérique.

Au-delà du soutien financier de la Fondation SFR, le groupe Altice France agit aux côtés de l'Ascenseur et de ses associations résidentes pour faire de l'égalité des chances une réalité au travers d'actions concrètes.

La déconstruction des stéréotypes de genre dès le plus jeune âge avec Elles bougent

Elles bougent est un réseau de 9 330 marraines sur l'ensemble du territoire qui participent à des actions de sensibilisation auprès de 40 000 collégiennes, lycéennes et étudiantes chaque année. Ces actions visent à déconstruire les stéréotypes de genre, à faire découvrir aux jeunes filles les métiers d'ingénieurs et de techniciens, à leur permettre de se projeter à travers des témoignages de « Rôles-Modèles ».



En 2021, l'association a lancé le programme « Elles bougent en primaire » qui s'adresse spécifiquement aux élèves du CE2 au CM2. Ce programme, mis en place dans 17 établissements scolaires, a pour objectif de sensibiliser dès le plus jeune âge les élèves, filles et garçons, à la mixité des métiers et aux filières scientifiques et techniques. « Elles bougent en primaire » est un module en trois temps : une intervention d'une marraine en classe, une visite en entreprise ou dans une école d'ingénieurs puis une restitution par les élèves en classe.

La Fondation SFR accompagne depuis 2023 l'association « EllesBougent » dans le déploiement de ce programme de sensibilisation destiné aux élèves de primaire dans 15 établissements scolaires situés dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville.

III. Valoriser la diversité sur les antennes du pôle Media

Convaincu que la diversité est facteur de dynamisme social, d'innovation et d'efficacité économique, le groupe Altice France l'a inscrite au cœur de sa politique de responsabilité sociétale. Le groupe veille notamment à valoriser des visages pluriels au sein de ses médias. Cette volonté de refléter la pluralité des opinions et la diversité de la société française se traduit dans les choix éditoriaux des différentes rédactions et chaînes du pôle Media.

RMC Story s'engage dans la promotion de l'écosystème associatif

Lancée en 2018, RMC Story s'engage chaque année auprès d'une centaine d'associations à travers la production et la diffusion d'un programme court hebdomadaire intitulé « Engagez-vous » en faveur de la cohésion sociale et de la diversité sur le territoire français. Dans le cadre du partenariat entre l'Ascenseur et la Fondation SFR, BFM Business et RMC Story co-dif-fusent depuis 2021 le programme « Exemple » qui met en lumière des parcours professionnels inspirants. L'idée, à travers le programme « Exemples », est de présenter à travers une série de témoignage plusieurs parcours de vie de jeunes accompagnés, par le passé, par les associations de cette coalition, et qui avancent

aujourd'hui avec confiance dans leur parcours professionnel. La diffusion de la 3^e saison d'Exemples, centrée sur l'entrepreneuriat féminin, s'est achevée à la fin du mois de juin. Le dernier portrait mis en lumière a été celui de Sarah Ourahmoune, boxeuse française de renom et fondatrice de Boxer Inside, qui a accepté de présenter son parcours professionnel pour soutenir cette initiative solidaire. L'objectif de ce programme est de transmettre un message d'espoir et d'optimisme à la nouvelle génération, mais également de sensibiliser les décideurs économiques et politiques sur la nécessité de faire confiance à des talents plus représentatifs de la pluralité de notre société.

BFMTV et Vu des Quartiers : pour un traitement médiatique plus équilibré

BFMTV a cofondé « Vu des Quartiers », une association visant à créer un annuaire d'habitants et d'acteurs dans les quartiers prioritaires, à destination des journalistes. L'objectif est de créer un lien direct entre la presse et les quartiers pour un traitement médiatique plus juste, plus équilibré, plus proche du terrain et du quotidien. L'outil, soutenu par le ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales ainsi que par l'Agence Nationale de la Cohésion des Territoires, a été mis en ligne en 2021.



La contribution de l'association « Vu des Quartiers » a été saluée le 18 octobre 2023 à l'occasion des 40 ans de l'association « Ville & Banlieue » à la métropole de Lyon.

IV. Mobiliser les collaborateurs en faveur de l'égalité des chances

Le parrainage d'une association

L'implication des collaborateurs constitue la clé du succès de l'engagement du groupe Altice France. Ceux-ci peuvent s'engager à travers le parrainage d'une association.

Dans le cadre de sa démarche responsable et citoyenne, SFR, via sa Fondation, a mis en place différents dispositifs d'engagement des collaborateurs, dont le Fonds de Soutien Citoyen qui permet aux salariés de parrainer un projet associatif.

Chaque année, la Fondation SFR sélectionne des associations qui ont pour objectif commun de favoriser l'insertion professionnelle, sportive ou culturelle, l'inclusion numérique, l'accompagnement de jeunes issus de milieux modestes, le soutien aux publics en situation de fragilité, handicap ou la lutte contre toutes les formes de discrimination.



Le mécénat de compétences

SFR est la première entreprise française à avoir négocié, dès 2006, un accord d'entreprise à propos du mécénat de compétences permettant aux collaborateurs de s'impliquer dans une association sur leur temps de travail. Tous les salariés de l'Unité Economique Sociale (UES) SFR peuvent s'engager entre 2 et 8 jours par an en faveur d'une ou plusieurs actions associatives. S'agissant des collaborateurs en fin de carrière, ils peuvent consacrer 20 % de leur temps de travail à une association.

Une plateforme d'engagement solidaire a été lancée en avril 2020 afin de leur permettre de réaliser une action solidaire auprès d'une association qui a besoin de bénévoles. Elle compte plus de 4 000 missions disponibles. En 2023, plus de 2 400 collaborateurs étaient inscrits sur cette plateforme pour participer à des actions solidaires, dont environ 300 nouveaux inscrits par rapport à 2022.



+ de 4 000 missions disponibles

+ de 2 400 salariés inscrits

Côté Intelcia : Journées d'immersion en entreprise et atelier de formation avec Graines de Bitume

Intelcia et ses collaborateurs apportent régulièrement leur soutien à des associations agissant en faveur de l'égalité des chances et de l'insertion professionnelle. En 2023, des actions spécifiques ont été menées en France et à Madagascar.

Plusieurs journées d'immersion ont été organisées à destination de publics éloignés de l'emploi. A Lyon, 25 chercheurs d'emplois et 12 jeunes en décrochage scolaire ont pu découvrir le quotidien des collaborateurs d'Intelcia. A Madagascar, en collaboration avec plusieurs associations comme Grandir Dignement ou ATD Quart Monde, deux collaborateurs d'Intelcia ont fait visiter l'entreprise à 25 jeunes.

Un atelier de formation a également été organisé à Madagascar en partenariat avec l'association Graines de Bitume. Les équipes recrutement de Madagascar ont proposé un accompagnement personnalisé à 11 jeunes afin de les aider à rédiger leur CV / Lettre de motivation et à adopter la bonne posture lors d'un entretien de recrutement.



Mener des actions solidaires et d'intérêt général

L'engagement du groupe Altice France se traduit également par la sensibilisation de ses parties prenantes externes, comme ses clients ou ses téléspectateurs, et par un soutien régulier à des actions solidaires. En s'engageant auprès du Sidaction et de la Fondation des Hôpitaux, les pôles Télécoms et Media œuvrent pour que chacun ait la possibilité d'accéder aux services de première nécessité. De son côté, Intelcia a mis en place en 2023 un dispositif de soutien exceptionnel afin de venir en aide aux populations touchées par le séisme qui a eu lieu au Maroc en fin d'année.

I. Mobiliser les clients et les publics

L'implication des clients dans l'engagement de SFR et RED

Depuis 2013, SFR propose à ses clients de soutenir des associations partenaires en souscrivant une « option solidaire ». Grâce à cette option sans engagement, 1€ par mois est facturé au client et est intégralement reversé à l'association de son choix. SFR a également lancé fin 2020 un nouveau choix d'options auprès des abonnés SFR et RED. Ils peuvent désormais reverser 1€ par mois à la Fondation des Hôpitaux afin d'améliorer le quotidien des patients, des soignants et des aidants au sein des hôpitaux.



Le pôle Media, un relai de causes d'intérêts général

Soucieuse d'agir comme un relai des causes d'intérêt général auprès du grand public, les antennes d'Altice Media diffusent tout au long de l'année des campagnes pour promouvoir la diversité des métiers de l'armée et soutenir l'engagement dans les réserves.

En 2023, ce sont plus de 33 campagnes différentes qui ont été proposées par les chaînes, à l'initiative des Directions des Ressources Humaines de l'Armée de Terre, de la Marine Nationale, de l'Armée de l'Air et de l'Espace, de la Gendarmerie nationale, ainsi que des organismes interarmées, pour un total de plus de 2 200 diffusions sur les différentes antennes du groupe.

La Fête nationale française du 14 juillet 2023 a été l'occasion pour les chaînes du groupe, et particulièrement de BFMTV, d'offrir une couverture très riche en valorisant les différents corps de nos forces armées. Plusieurs reportages impliquant des personnalités de la chaîne ont été diffusés autour de l'événement : Christophe Delay à bord d'un Rafale sur la base aérienne 113 à Saint-Dizier (Haute-Marne), Clémence Dibout à bord du porte-avions Charles de Gaulle ou Isabelle Gollentz au cœur de l'entraînement des commandos à Collioure (Pyrénées-Orientales).

A travers la valorisation des différents métiers, appuyés par des témoignages forts, BFMTV contribue à renforcer le lien entre Nation et armée. Cette approche pédagogique permet aux téléspectateurs et auditeurs de mieux comprendre les actions quotidiennes de nos forces armées en faveur de la sécurité de notre territoire mais aussi de soutenir et favoriser la transmission de la mémoire notamment à destination de la jeunesse.

Des opérations solidaires pour mobiliser les publics

Sensible à la situation difficile à laquelle font face « Les Restos du Cœur » et à l’alerte lancée par leur président en septembre 2023, les pôles Télécoms et Media ont mobilisé leurs marques et leurs antennes pour répondre aux difficultés financières de l’association. Plusieurs initiatives concrètes ont été lancées :

- ◆ une mobilisation des antennes d’Altice Media pour des relais éditoriaux exceptionnels ;
- ◆ une campagne gracieuse sur les antennes du groupe ;
- ◆ un soutien de la Fondation SFR pour accompagner le développement d’associations départementales labellisées « inclusion numérique » ;
- ◆ une opération spéciale d’appel aux dons auprès de l’ensemble de la base clients de SFR : pour accompagner et amplifier l’action des Restos du Cœur. SFR s’est aussi engagé à doubler le montant récolté en versant aux Restos du Cœur 1 € pour chaque euro donné par ses clients.



À l’occasion de la Semaine Européenne du Développement Durable du 18 septembre au 9 octobre et pour célébrer les 10 ans de son partenaire historique Emmaüs Connect, SFR a proposé à ses clients de participer à une opération solidaire d’envergure. Pour un kit reconditionné acheté, SFR s’est engagé à offrir un kit de connexion à Emmaüs Connect. 4 000 kits de connexion ont ainsi été distribués par l’association à des personnes en situation de précarité numérique.

II. Le groupe Altice France soutient les acteurs de la solidarité

Des actions pour la santé avec la Fondation des Hôpitaux et l’opération Pièces Jaunes



Depuis 35 ans, l’opération Pièces Jaunes organisée par la Fondation des Hôpitaux permet de soutenir de multiples projets dans les établissements de santé pédiatriques, afin d’améliorer le quotidien et le confort des enfants et adolescents hospitalisés. Les pôles Télécoms et Media apportent chaque année leur soutien à cette opération. D’une part, SFR collecte des fonds pour l’opération grâce à une campagne de SMS diffusée auprès de ses abonnés, qui peuvent faire un don par SMS débité sur

leur facture téléphonique. D’autre part, le pôle Télécoms relaie la campagne de dons dans toutes ses boutiques, sur ses sites Internet, ses applications et auprès de ses salariés. La campagne TV et radio des Pièces Jaunes est également diffusée sur les antennes du pôle Media du groupe Altice France, notamment sur BFMTV et RMC, et la campagne digitale relayée sur les sites du groupe. 124 000€ ont été collectés en 2023 grâce aux dons des clients SFR et à la mobilisation du groupe pour l’opération Pièces Jaunes initiée par la Fondation des Hôpitaux.

Pasteurdon.fr

Les antennes d’Altice Media sont partenaires de l’Institut Pasteur. Elles apportent tous les ans leur soutien à la campagne Pasteurdon en diffusant les moyens de collecte pour défendre la recherche médicale. Pour cette 17^e édition, de nombreux journalistes du pôle Media se sont mobilisés en tant que parrains pour sensibiliser le grand public à ces enjeux.

Plus de 20 ans d’engagement auprès du Sidaction

Les pôles Télécoms et Media sont engagés aux côtés du Sidaction. Depuis 23 ans, SFR met gracieusement à la disposition du Sidaction l’infrastructure télécoms et les services permettant d’acheminer les appels des donateurs vers les différents centres de réception téléphonique ouverts pour l’opération. Cette prestation permet au Sidaction d’être autonome et de gérer au mieux l’arrivée des appels des donateurs et leur répartition sur les centres d’appels partenaires. Grâce à cette infrastructure, le Sidaction peut également, en toute autonomie, consulter les statistiques de trafic et les heures d’affluence des appels. Pour la troisième année consécutive, 62 collaborateurs bénévoles du groupe Altice France ont pris les appels depuis chez eux, de 20h à minuit. Les chaînes BFMTV, RMC, RMC Découverte et RMC Story se sont mobilisées en diffusant gracieusement la campagne d’appel aux dons ainsi que le spot mettant en scène les parrains et marraines de l’édition 2023.



Intelcia s’engage en faveur de la santé et lutte contre le cancer du sein

Chaque année, Intelcia a à cœur de mobiliser ses collaborateurs et d’apporter son soutien aux acteurs associatifs sur les enjeux de santé des territoires où elle est implantée. En 2023, Intelcia s’est mobilisée tout particulièrement pour venir en aide aux populations touchées par le séisme qui a eu lieu le 8 septembre au Maroc. Via l’opération « Fonds Solidaires pour les victimes du tremblement de terre d’El Haouz », il a été proposé aux collaborateurs des sites d’Intelcia implantés au Maroc de faire des dons monétaires ou sous forme de jours de congés. Le montant des dons réalisés par les collaborateurs a été doublé par Intelcia Maroc. Les filiales d’autres pays où est implantée Intelcia ont également voulu participer à cette opération. Dans le respect des législations en vigueur sur chaque territoire, les dons collectés en interne ont été intégralement reversés au Fonds Spécial de gestion des impacts du séisme au Maroc, mis en place par le gouvernement marocain.



En France, Intelcia a apporté en 2023 son soutien à Courir en Ardenne pour la deuxième année consécutive. Cette association culturelle organise annuellement la course solidaire Les Foulées Roses du Sedan-Charleville qui a pour but de soutenir la lutte contre le cancer du sein. Une partie des collectes est reversée au Comité Départemental de la Ligue Contre le Cancer au profit de la campagne de sensibilisation au dépistage. En 2023, 23 collaborateurs ont participé à cette course.

Un engagement au cœur des territoires et au service des communautés

Intelcia a pour spécificité d'être implantée dans près d'une vingtaine de pays, notamment en Afrique et dans l'océan Indien. L'implantation locale est donc primordiale, afin que ses activités puissent s'organiser en accord avec les réalités propres à chaque territoire. Afin de se développer avec les communautés locales, Intelcia est engagée dans de nombreuses actions visant à soutenir leurs structures dans différents domaines : santé, monde éducatif, vulnérabilités, etc. Intelcia accompagne autant les mesures ponctuelles nécessitant un mécénat d'urgence, que les partenariats de long terme. La particularité de son approche réside dans le fait d'impliquer ses collaborateurs dans ses actions, et de favoriser les initiatives que ceux-ci mettent en avant.



Le soutien d'acteurs associatifs présents sur les territoires

Intelcia s'investit particulièrement auprès des populations les plus précaires en proposant à ses collaborateurs d'apporter leur soutien à des acteurs associatifs comme :

- ◆ **le centre Tsimoka à Madagascar.** Deux collectes ont été organisées en 2023 auprès des collaborateurs d'Intelcia afin de rassembler des vêtements et des jouets et d'en faire don aux orphelins du centre Tsimoka ;
- ◆ **l'association Ibny au Maroc,** qui soutient et accompagne les enfants en situation de précarité. Un partenariat a été mis en place avec l'association, et en 2023, grâce à une collecte de fonds auprès des collaborateurs d'Intelcia, des vêtements ont été offerts à 60 enfants à l'occasion de l'Aïd. Une journée et des activités spécifiques ont été organisées, avec l'aide de 14 collaborateurs bénévoles ;



- ◆ **la maison de retraite associative Dar Moussinine Ennassim au Maroc.** Depuis presque 10 ans, Intelcia soutient cette maison de retraite, notamment en organisant chaque année un ftour (repas pris à la rupture du jeûne au cours du Ramadan) solidaire pour les pensionnaires. En 2023, les collaborateurs Intelcia ont pu parrainer les pensionnaires de Dar Moussinine Ennassim pour participer à un ftour solidaire dans un restaurant de Casablanca. 80 personnes, collaborateurs d'Intelcia et pensionnaires de Dar Moussinine Ennassim, ont profité du dîner, animé par le LiveBand Intelcia, un orchestre bénévole constitué de collaborateurs.

Côté éducation, pour la deuxième année consécutive, Intelcia Maroc a pris en charge en 2023 l'abonnement premium de 100 élèves bacheliers auprès de KEZAKOO, qui a en retour offert 100 abonnements supplémentaires. KEZAKOO est une entreprise sociale qui opère dans l'éducation à travers tout le Maroc, via une plateforme de cours de soutien et de capsules vidéo pour les collégiens et les lycéens. En cumulé, ces 200 élèves ont passé plus de 10 000 heures sur la plateforme. En consultant des vidéos, des fiches de cours et en effectuant des exercices, ils ont pu préparer leur bac en complément du cursus scolaire classique. Au niveau national, 2 des 5 élèves ayant obtenu les meilleures notes au bac 2023 disposaient d'un abonnement premium à KEZAKOO, témoignant de l'impact de cette entreprise sociale sur ses bénéficiaires.

kezakoo



Le dynamisme du tissu local

Au Maroc, Intelcia favorise l'implication de ses collaborateurs et soutient les start-ups comme les entreprises sociales dont la mission s'inscrit dans les orientations RSE du groupe. Cet engagement renforce le tissu local et crée de l'emploi indirect.

Par exemple, Intelcia accompagne Moroccan Magic depuis 3 ans. Cette association chapeaute une soixantaine de coopératives et d'artisans dans différentes régions du Maroc et les aide dans leur stratégie de marketing digital. En 2023, Moroccan Magic a collaboré avec les équipes d'Intelcia Digital Advertising (IDA) pour construire une stratégie Marketing. Une campagne de communication a été élaborée et diffusée sur les réseaux sociaux pendant 3 mois afin de faire connaître Moroccan Magic et d'augmenter sa notoriété. Ceci vient en appui au site d'e-commerce, développé l'année précédente par Moroccan Magic avec l'appui des équipes d'Intelcia. Ce faisant, Intelcia contribue aux efforts pour accroître l'indépendance économique de ces coopératives qui, pour un grand nombre d'entre elles, sont constituées de femmes.



Éducation à l'information

L'éducation à l'information fait partie des enjeux sociétaux au cœur des actions menées par Altice Media. En 2023, la mise en place du programme « L'Info en Vrai » a donné une nouvelle dimension à cet engagement.

« L'Info en Vrai » : un programme complet en faveur de l'éducation à l'information

Lancé en mars 2023, le programme d'éducation à l'information « L'Info en Vrai » a pour objectif de faire découvrir les coulisses de l'information et de lutter contre la désinformation. Ce nouveau programme a touché près de 1 600 personnes en 2023 et s'est décliné sous différentes formes afin de s'adresser à tous les publics, sur l'ensemble du territoire, via notamment :

- ♦ des ateliers sur mesure réalisés en collaboration avec des établissements scolaires et des associations (Les Minis-Journalistes, Sport dans la Ville etc.), 550 jeunes ont pu découvrir le travail des journalistes grâce à des ateliers spécifiques et être ainsi initiés à l'identification d'une information fiable ;
- ♦ un rendez-vous grand public le premier mercredi de chaque mois pour permettre à 20 téléspectateurs et auditeurs de BFMTV ou RMC de découvrir les coulisses de l'information sur l'Altice Campus. Au programme : rencontre avec les journalistes, visites des studios et sensibilisation à la désinformation à partir d'un exemple concret ;
- ♦ un partenariat avec les chaînes locales du groupe pour permettre aux journalistes de BFMTV d'aller à la rencontre du public partout en France. Huit opérations se sont déroulées au cours de l'année 2023 pour offrir la possibilité au public d'aborder de multiples sujets avec les journalistes ;
- ♦ une série de courtes vidéos immersives publiées sur les réseaux sociaux de BFMTV et RMC pour présenter le fonctionnement des chaînes d'Altice Media et permettre de sensibiliser plusieurs milliers de personnes aux enjeux de l'éducation à l'information.



Rendre les écoles de journalisme plus accessibles

BFM et RMC sont partenaires de La Chance, une classe préparatoire aux concours des écoles de journalisme. Cette formation gratuite de 8 mois est réservée aux étudiants boursiers, souvent issus de quartiers populaires ou de zones rurales isolées. L'objectif est de promouvoir la diversité au sein des écoles de journalisme. Chaque année, 80 étudiants sont accompagnés par l'association.

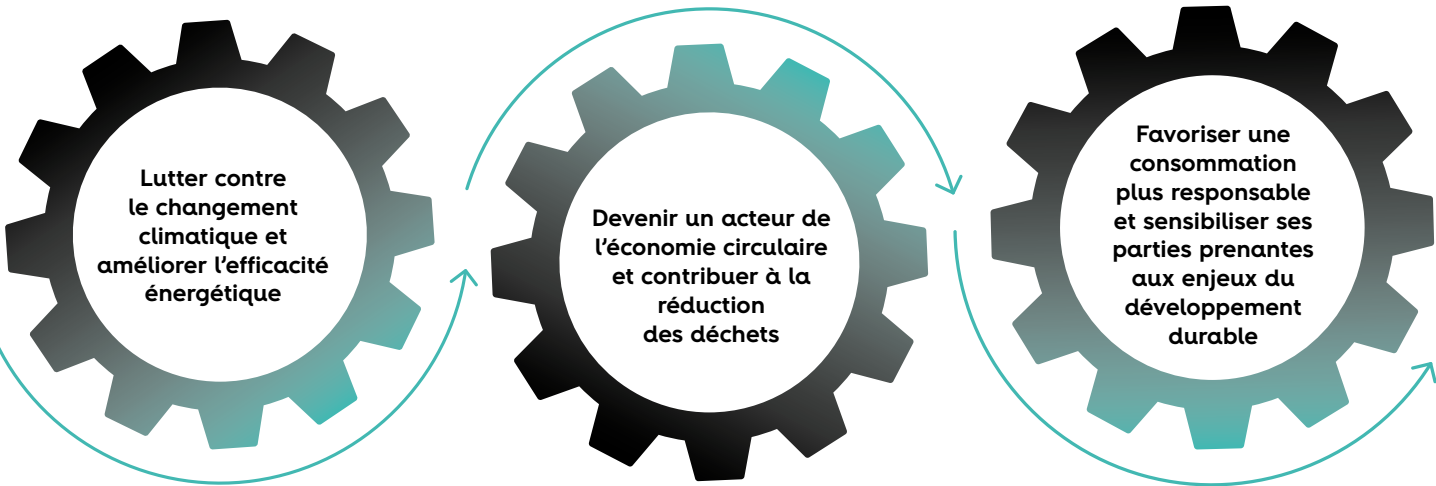


Le groupe Altice France, engagé en faveur de l’environnement



Les acteurs économiques et sociaux sont plus que jamais confrontés aux défis de la préservation de l’environnement et de la lutte contre le changement climatique. La publication du rapport du Groupe d’experts Intergouvernemental sur l’Évolution du Climat (GIEC) en mars 2023, les différentes COP¹ et l’augmentation de la fréquence des événements climatiques extrêmes en 2023, favorisent la prise de conscience au niveau mondial de ces enjeux.

En raison de son implantation géographique étendue et de son statut d’acteur majeur du numérique en France, le groupe Altice France a renforcé en 2023 ses engagements environnementaux. Pour cela, il décline sa politique environnementale sur l’ensemble de ses pôles d’activité, au travers de 3 enjeux stratégiques :



(1) COP : Conférence des Parties (Conferences of the Parties)

Indicateurs clés de performance

RISQUES	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	ERT TECHNOLOGIES	INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE	2022 ⁽¹⁾	2023
Changement climatique	X	X	X	X	Emissions de GES ⁽²⁾ du Scope 1 ⁽³⁾ (Tonnes eq. CO ₂)	15 743	23 283
	X	X	X	X	Emissions de GES ⁽²⁾ du Scope 2 ⁽³⁾ (Tonnes eq. CO ₂)	60 167	60 554
	X	X	N/D	X	Emissions de GES ⁽²⁾ du Scope 3 ⁽³⁾ (Tonnes eq. CO ₂)	647 001	734 429
	X	X	X	X	Part des énergies renouvelables dans la consommation d'électricité bâtiminaire	8 %	8 %
Economie circulaire	X	X	N/D	N/D	Taux de réemploi des EEE ⁽⁴⁾	NEW	47 %
	X	X	N/D	N/D	Taux de valorisation des déchets d'EEE ⁽⁴⁾	C/M	46 %
	X	N/A	N/A	N/A	Part des box reconditionnées sur la gamme active	C/M	85 %
	X	N/A	N/A	N/A	Part des box reconditionnées sur l'ensemble des box collectées	NEW	67 %
	X	N/A	N/A	N/A	Part des ventes entraînant une reprise mobile	C/M	20 %

N/A : Non-applicable ; N/D : Non-dit ; C/M : Changement méthodologique ; NEW : Nouvel indicateur

(1) Les données 2022 ne comprennent pas ERT Technologies qui a rejoint le format de reporting groupe en 2023

(2) Gaz à effet de serre

(3) Le bilan GES a été revu pour calculer l'ensemble des émissions du scope 3 sur les périmètres Télécoms et Media, des corrections à la marge ont été faites à cette occasion sur les chiffres 2022.

(4) Equipements électriques et électroniques

J’avance avec Altice, un plan global et concret en faveur de la transition écologique

Depuis 2020, les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France s’inscrivent dans une démarche environnementale intégrée et globale, au travers du plan « J’avance avec Altice ». Ce plan se décline autour de trois axes : améliorer la performance environnementale des produits et services ; mobiliser les salariés, les clients et le grand public face au défi environnemental ; développer des infrastructures télécoms et une production audiovisuelle écoresponsables. Des objectifs ambitieux ont été définis sur l’ensemble des axes stratégiques du groupe Altice France et de nouvelles actions ont été lancées pour améliorer sa performance environnementale.

En 2021, SFR a signé la charte d’engagements volontaires des opérateurs membres de la Fédération Française des Télécoms en faveur d’un numérique durable. Cette charte comprend notamment l’objectif d’atteindre la neutralité carbone sur les scopes 1 et 2 à horizon 2040 par des engagements pour limiter l’impact sur les ressources naturelles et l’ambition de mettre le numérique au service de l’environnement.

Les objectifs du groupe Altice France

RISQUES	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	ERT TECHNO- LOGIES	OBJECTIFS	2022	2023
Changement climatique	X	X	N/A	N/A	Réduire de 40 % l'ensemble des émissions de GES d'ici à 2030 par rapport à 2022	N/A	+3,47 %
	X	X	N/A	N/A	Réduire de 100 % les émissions de GES des Scopes 1 et 2 d'ici à 2040	C/M	-0,94 %
	X	X	N/A	N/A	Réduire de 100 % l'ensemble des émissions de GES d'ici à 2050	NEW	+3,47 %
	X	X	N/A	N/A	Atteindre 20 % d'électricité renouvelable dès 2024 et 50 % en 2030	8 %	8 %

N/A : Non-applicable ; C/M : Changement méthodologique ; NEW : Nouvel indicateur

La politique environnementale d'Intelcia

La démarche environnementale d'Intelcia se structure et monte en puissance depuis plusieurs années. Adoptée en 2021, la Charte d'Ecoresponsabilité a permis de structurer les ambitions et les actions d'Intelcia, notamment au travers de la refonte complète de la direction des Moyens Généraux et de la mise en place, en 2022, d'un processus de reporting généralisé permettant de suivre la performance environnementale.

En 2023, c'est le volet climatique qui a été priorisé. Les émissions de gaz à effet de serre directement liées aux activités d'Intelcia (scopes 1 et 2) étaient déjà suivies, et un projet de calcul des émissions indirectes (scope 3) a été initié courant 2023. Pour cela, Intelcia s'est doté d'une plateforme de calcul des émissions de gaz à effet de serre et de suivi de sa trajectoire climatique, qui permettra de piloter dans la durée sa performance. Les résultats du bilan des émissions de gaz à effet de serre complet d'Intelcia sont attendus courant 2024 et permettront de concevoir des actions de réduction ciblées en fonction des secteurs d'impact les plus importants.

La Charte d'Ecoresponsabilité d'Intelcia

La charte s'articule autour de 3 objectifs prioritaires :

- ◆ réduire au maximum toutes les émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre ;
- ◆ réduire l'impact environnemental des achats et consommations, notamment en adoptant une approche circulaire du cycle de vie des produits ;
- ◆ éduquer et sensibiliser les collaborateurs ainsi que toutes les parties prenantes ; initier et soutenir des actions volontaires.

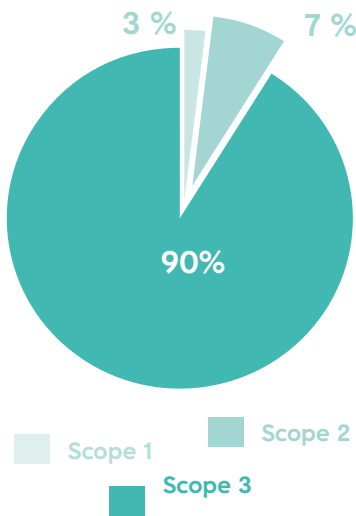
Ces 3 objectifs se déclinent autour de 6 thématiques : l'eau, l'énergie, les déchets et la circularité, les achats écoresponsables, la promotion de pratiques vertueuses et la gouvernance.



La lutte contre le changement climatique et en faveur de la transition écologique

I. Emissions de gaz à effet de serre du groupe Altice France

Répartition Scope 1, 2, 3 du groupe



L'année 2023 a été marquée par le lancement d'un vaste chantier visant à étendre et fiabiliser le calcul de l'empreinte carbone du groupe sur l'ensemble de ses pôles d'activité. Les pôles Télécoms et Media ainsi que ERT Technologies ont finalisé leur du calcul de leurs émissions du scope 3 et Intelcia a initié le projet qui se poursuit en 2024. Afin d'assurer la qualité de son empreinte carbone, le groupe s'est doté de l'outil de mesure et de pilotage des émissions carbone Sweep, reconnu sur le marché. Il a également bénéficié de l'accompagnement de cabinets d'experts, avec EcoAct intervenant pour les pôles Télécoms et Media en France hexagonale, Intelcia et ERT Technologies, Carbone Ingénierie pour SFR Réunion. Ces mesures représentent le socle du plan de transition du groupe Altice France, actuellement en cours de révision pour s'aligner sur les ambitions du groupe, notamment compte tenu de la mise à jour de l'empreinte carbone.



Détail des émissions de gaz à effet de serre du groupe Altice France

Les émissions de GES liées aux activités du groupe Altice France sont présentées dans le tableau ci-dessous. Elles ont été calculées selon la méthodologie du GHG Protocol. Par souci de présentation, les émissions du scope 3 ont été regroupées selon les catégories définies par la méthodologie du bilan GES réglementaire français⁽¹⁾. En 2023, les émissions des pôles Télécoms et Media ont légèrement progressé (+3,5 %). Dans le détail, on peut également noter que les actions d'efficacité énergétique et l'achat d'énergie renouvelable ont permis de stabiliser les émissions du scope 2 dans un contexte de déploiement continu de nouvelles installation de 5G et de Fibre. La hausse des émissions de GES est essentiellement liées à l'augmentation des émissions indirectes du groupe (Scope 3) liées aux achats de biens et services. Cette hausse s'explique par des achats réseaux et de prestations et services externes plus conséquents sur le pôle Télécoms en 2023 mais également par l'amélioration de la comptabilisation des émissions suivies grâce à la balance comptable.

	ANNÉE	SCOPE 1 (t. eq. CO ₂)	SCOPE 2 (t. eq. CO ₂)	SCOPE 3 (t. eq. CO ₂)		
				TRANSPORTS	PRODUITS ACHETÉS	PRODUITS VENDUS ⁽¹⁾
Altice France	2022	15 743	60 167	13 420	588 808	6 634
	2023	23 283	60 554	20 843	675 180	38 406
Pôle Télécoms	2022	14 580	53 750	11 038	500 850	44 773
	2023	14 831	52 906	14 419	538 099	38 339
Pôle Media	2022	641	404	2 382	87 958	N/D
	2023	585	403	4 515	77 122	N/D
Intelcia	2022	522	6 014	N/D	N/D	N/D
	2023	637	7 183	N/D	N/D	N/D
ERT Technologies	2022	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
	2023	7 230	61	1 909	59 959	67

N/D : Non-dit

(1) Les émissions liées aux franchises aval, qui concernent notamment le pôle Télécoms au titre des boutiques Espace SFR franchisées, est exclu de la méthodologie du bilan GES réglementaire français.

(1) https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/methodo_BEDES_decli_07.pdf

II. Ambitions et plans d'action du groupe Altice France

La stratégie bas-carbone du groupe Altice France s'articule autour d'objectifs ambitieux déclinés au travers de plans d'action qui évoluent chaque année pour mieux intégrer les avancées scientifiques sur les pratiques sectorielles, tout en prenant en compte la réalité du groupe et les spécificités de son impact.



Réduire de 40 % ses émissions directes et indirectes d'ici à 2030 par rapport à 2022⁽¹⁾.

Éviter, réduire ou compenser l'intégralité des émissions de CO₂ d'ici à 2040 sur les scopes 1 et 2 et d'ici à 2050 sur l'ensemble des scopes⁽¹⁾.

Étendre le calcul du scope 3 pour réduire les émissions tout au long de la chaîne de valeur.

Développer des produits et offres permettant de contribuer à la sobriété et à la préservation des écosystèmes.

Plans d'action énergétiques

◆ Politique parc automobile

Afin de réduire les émissions directes de son scope 1, les pôles Télécoms et Media agissent pour limiter l'impact de leur parc automobile et se sont fixé l'objectif qu'il soit composé à 50 % de véhicules à faibles émissions⁽²⁾d'ici à 2027.

De son côté, Intelcia limite l'extension du parc automobile existant et a systématisé l'étude du rejet en CO₂ des véhicules de fonction, avec l'interdiction des véhicules rejetant plus de 125g eq. CO₂/km.

◆ Politique liée à l'électricité

Le groupe Altice France dispose d'une politique énergétique spécifique sur l'électricité compte tenu de l'importance stratégique de cet enjeu, décrite dans la section Politique énergétique.

Convaincu de l'importance de contribuer à la transition énergétique, les pôles Télécoms et Media se sont posé pour objectifs d'atteindre 20 % d'énergie renouvelable dès 2024 et 50 % en 2030 sur l'ensemble de leur consommation d'électricité.

Plans d'action liés aux transports

◆ Transports liés au fret

Début 2023, SFR a validé son engagement dans le dispositif FRET21, initié par l'Association des Utilisateurs de Transport de Fret (AUTF) et de l'ADEME. Dans ce cadre, SFR s'est fixé l'objectif de réduire de 5 % ses émissions liées à ses transports logistiques entre 2022 et 2025, depuis ses fournisseurs, jusqu'à ses clients finaux entre 2022 et 2025. Dans ce cadre, SFR a défini des actions, en partenariat avec ses fournisseurs et prestataires, pour optimiser les transports et faire évoluer les modes de transports vers des solutions moins carbonées.



◆ Transports liés aux déplacements professionnels

Le groupe Altice France dispose de politiques voyages sur chacun de ses pôles d'activités. L'ensemble de ces politiques invite à privilégier l'usage du train par rapport à l'avion.

Côté Télécoms et Media, il est également demandé de privilégier l'usage des transports en commun lorsque cela est possible.

Chez Intelcia, les déplacements professionnels ont été fortement limités et sont devenus exceptionnels. Les déplacements en avion ne sont autorisés que hors pays, et dans le cas où le train est une option moins avantageuse.

◆ Transports liés aux déplacements domicile-travail

Le groupe Altice France a développé, sur l'ensemble de ses pôles d'activités, des dispositifs de télétravail qui permettent de limiter les déplacements des collaborateurs lorsque l'activité le permet.

Intelcia met à disposition de ses collaborateurs des modes de transport collectif afin de mutualiser les trajets. En France, les forfaits mobilité durable ont été mis en place pour encourager les collaborateurs à privilégier les mobilités douces.

Les pôles Télécoms et Media proposent le remboursement à 90 % des titres de transports en commun ou le remboursement de l'achat d'un vélo (électrique ou non) à 50 % et pour un montant maximum de 700€.

Politique de promotion de l'économie circulaire

◆ Actions liées à l'achats de produits

Le groupe Altice France dispose d'une politique d'achats responsables décrite dans la section Ethique des Affaires.

◆ Actions liées aux produits vendus

Le groupe Altice France dispose de plans d'action liés à l'écoconception et à l'économie circulaire décrits dans la section éponyme.

(1) A date, seuls les pôles Télécoms et Media ont validé des objectifs de réduction.

(2) Le décret n° 2017-24 du 11 janvier 2017 précise qu'une voiture particulière ou une camionnette est un véhicule à faibles niveaux d'émissions si ses émissions de gaz à effet de serre et de polluants atmosphériques sont inférieures ou égales à 60 grammes par kilomètre pour les émissions de dioxyde carbone.

L'action du groupe Altice France en faveur de la sobriété et de la transition énergétique

I. Politique énergétique

Dans un contexte international énergétique sensible, le groupe Altice France agit en acteur responsable à travers sa politique énergie qui vise la meilleure performance et efficacité énergétiques de ses activités. Le groupe Altice France s'attache à optimiser la consommation électrique de ses infrastructures notamment grâce à la mise en veille de certaines de ses fréquences et en régulant le chauffage et la climatisation sur l'ensemble de ses sites. Il veille également à augmenter la part d'énergie renouvelable de ses consommations et sensibilise aussi ses collaborateurs aux principes du numérique responsable et à la mobilité douce.

En adoptant ces pratiques, le groupe affirme son engagement concret en faveur de la gestion responsable de l'énergie, contribuant ainsi activement à la préservation des ressources et à la réduction de son empreinte environnementale.

	ANNÉE	ÉLECTRICITÉ (MWh)	ESSENCE (L)	DIESEL (L)	GNR ⁽¹⁾ OU FIOUL DOMESTIQUE (L)
Altice France	2023	1 074 024	3 110 605	3 281 027	293 692
Pôle Télécoms	2023	1 046 467	2 733 963	346 827	211 410
Pôle Media	2023	10 617	249 174	14 172	600
Intelcia	2023	15 127	46 727	118 952	81 682
ERT Technologies	2023	1 812	80 740	2 801 077	N/A

N/A : Non-applicable

(1) GNR : Gazole Non-Routier utilisé pour alimenter les groupes électrogènes.

L'optimisation des consommations d'énergie représente une priorité pour le groupe Altice France, répondant ainsi à l'un de ses principaux enjeux environnementaux. La croissance constante des usages des clients et le déploiement de la 5G pour y répondre engendrent une augmentation régulière de la consommation d'électricité du réseau. Dans ce contexte, le système de management de l'énergie du pôle Télécoms est certifié par un tiers depuis 2015 selon les principes de la norme ISO 50001 pour les périmètres réseaux des entités SFR, SFR Fibre, Completel et SRR, couvrant ainsi plus de 94 % de ses consommations d'électricité bâtiminaire. Ce système s'appuie sur une politique énergétique volontariste et ambitieuse qui est révisée régulièrement afin d'améliorer les fonctionnements et usages tout en prévenant les anomalies. A travers la récente signature de sa politique énergétique, le groupe Altice France a réaffirmé son engagement à faire de sa stratégie énergétique un pilier pour atteindre les objectifs de l'Accord de Paris et pour soutenir la politique nationale de réduction des émissions de gaz à effet de serre.



Les objectifs



Découvrez la Politique énergétique réseaux

- Soutenir la réalisation des objectifs de la politique bas-carbone du groupe Altice France (cf. p. 30) notamment grâce aux actions visant à :
 - atteindre 20 % d'électricité renouvelable dès 2024 et 50 % en 2030 en maximisant la part de Power Purchase Agreement (PPA) ;
 - prendre en compte les aspects énergétiques et environnementaux dès la conception du réseau et dans le choix des équipements ;
 - favoriser l'utilisation de fluides frigorigènes plus performants avec un Potentiel de Réchauffement Planétaire (PRP) plus faible.

Côté Télécoms

Une stratégie énergétique des réseaux définie au plus haut niveau



OLIVIER TAILFER
Directeur exécutif Réseau et Services
Altice France

« L'année 2023 a été une année importante, riche et structurante dans le développement de nouvelles pratiques pour pousser à plus de sobriété. SFR a expérimenté plusieurs pistes pour rendre le réseau plus efficient. Ce ne sont pas moins de 30 GWh économisés en 2023 grâce à ces projets innovants ! La gestion de l'énergie est au cœur du dispositif tant en amont dans la sélection des équipements, qu'en aval dans le déploiement et la gestion de notre réseau. De plus le groupe Altice France s'entoure de partenaires impliqués dans une démarche environnementale, qui agissent quotidiennement dans la recherche de solutions plus sobres et plus responsables. »



(1) GNR : Gazole Non-Routier utilisé pour alimenter les groupes électrogènes

Un plan de sobriété pour les bâtiments tertiaires

Le groupe mène des actions de sobriété et d'efficacité au sein de son parc tertiaire, malgré la faible proportion que leur consommation énergétique représente au regard de la consommation globale du groupe. Dans ses boutiques SFR, les horaires d'extinction des vitrines sont allongés de 22h à 8h30. Sur les principales implantations géographiques de ses bureaux Télécoms et Media, un pilotage de précision est effectué grâce à des sondes, et selon les spécificités de chaque site, pour optimiser les dépenses énergétiques. Grâce à l'investissement dans de nouveaux équipements de Gestion Technique des Bâtiments ou l'amélioration de leur précision, l'éclairage et le chauffage sont régulièrement optimisés. Suite à une réorganisation des temps et lieux de travail, 4 000m² de bureaux ont pu être fermés afin de réduire les surfaces à chauffer et à éclairer.

Côté Intelcia

La stratégie de réduction des consommations énergétiques d'Intelcia

- La stratégie énergétique d'Intelcia comporte deux piliers principaux. En premier lieu, la réduction des consommations d'énergie sur les sites Intelcia, qui se traduit par plusieurs actions :
- ♦ **Eclairages** : généralisation des ampoules LED, installation de détecteurs de présence, sensibilisation des agents de sécurité à l'extinction des lumières, programmation de l'extinction généralisée des éclairages à la fin des horaires de travail sur certains sites pilotes.
 - ♦ **Climatisation** : optimisation des consommations lancées sur plusieurs sites. Au Sénégal, les différents sites sont dotés d'un contrôleur d'allumage et d'arrêt de la climatisation afin de programmer ses cycles en fonction de la présence de collaborateurs sur site et généraliser son extinction en fin de journée. En France, le système de climatisation de Dreux a également été rénové en 2022 afin de permettre de meilleures performances.
 - ♦ **Consommation des équipements** : des terminaux légers sont préférés aux PC standards afin de diminuer la consommation électrique par poste de travail ; des scripts ont également été programmés pour automatiser l'extinction de centaines de postes de travail chaque soir.
- Le deuxième pilier de la stratégie d'Intelcia est la réduction des consommations d'énergie liées aux déplacements des collaborateurs, il est décrit dans la section Plans d'action liés aux transports.

Les achats responsables au cœur de la réduction de la consommation d'énergie

Priorisant l'efficacité et la sobriété, Intelcia a adopté des critères énergétiques dans ses choix d'achats de matériel informatique. Ainsi les gammes d'ordinateurs et d'écrans sont labellisées Energy Star et EPEAT (Gold ou Silver) et le renouvellement des gammes de serveurs et baies de stockage est lui aussi réalisé avec des modèles labellisés Energy Star depuis 2012.



II. Les projets autour de l'énergie

Le groupe Altice France affirme son engagement en faveur de la performance énergétique de ses infrastructures réseau, lesquelles constituent près de 94 % de sa consommation électrique bâtiminaire globale. Les besoins énergétiques sont principalement liés aux sites techniques et nécessitent la mise en place de projets innovants et plus responsables en matière d'énergie.



Plus de 146 actions d'efficacité énergétique engagées en 2023

30 000 MWh économisés
soit la consommation annuelle de presque 6 412 Français⁽³⁾



« Nous le savons, les usages des clients augmentent chaque année considérablement. Nous devons continuer à mobiliser l'ensemble des équipes opérationnelles et notre direction pour que notre réseau puisse répondre à ces nouveaux besoins tout en améliorant sa performance énergétique. C'est notre mission quotidienne. »



JACQUELINE KASAS
Responsable de sites techniques

Achat d'énergie renouvelable

Depuis janvier 2021, le groupe Altice France a établi des partenariats avec divers fournisseurs d'énergie pour alimenter une partie de ses sites télécoms en énergies entièrement renouvelables. Cette électricité, provenant de barrages hydroélectriques, d'éoliennes ou de panneaux solaires, permet à Altice France de diminuer ses émissions de carbone.

Plus de 83 Gwh
d'énergies renouvelables soit 8 %
des consommations électriques du groupe

(3) <https://selectra.info/energie/guides/conso/consommation-moyenne-electricite>

Développement de projets solaires



Le pôle Télécoms expérimente de nouvelles technologies visant à réduire son empreinte environnementale.

La direction réseau a déployé avec succès 3 antennes pour la 2G/3G/4G et 3 antennes à faisceaux orientables pour la 5G en autoconsommation grâce à l'installation de panneaux photovoltaïques en région bordelaise. Ces panneaux solaires assurent plus de 18 % de la consommation annuelle d'électricité de l'antenne.

A la suite de ce succès, deux autres projets ont vu le jour en 2023 en régions Auvergne-Rhône-Alpes et Provence-Alpes-Côte d'Azur. Le pôle Télécoms continue l'étude de projets sur différents sites dans le but de développer le solaires sur ses infrastructures.

Par ailleurs, SFR continue de garantir le service de son relais de transmission mobile « off-grid » (hors réseau électrique), entièrement alimenté avec des panneaux photovoltaïques. Cette solution écoresponsable, permet d'apporter l'ultra haut débit dans les zones isolées. Les panneaux photovoltaïques fournissent la totalité de l'énergie nécessaire au bon fonctionnement du relais, soit environ 500 Watts.



JEAN-FRANÇOIS GOUALIER
Ingénieur réseau

« Nos métiers opérationnels ne cessent d'évoluer et nous avons à cœur de rendre notre réseau plus responsable et efficient. »

Utilisation de la chaleur fatale des Datacenters

Afin de rendre son réseau toujours plus efficient et de s'intégrer pleinement dans une démarche de numérique responsable, le pôle Télécoms innove et se lance dans la récupération de la chaleur fatale de ses installations.

A ce titre, le pôle Télécoms souhaite utiliser la chaleur produite par son datacenter de Strasbourg pour contribuer au chauffage de la piscine municipale locale. Grâce à ce projet de récupération de chaleur fatale, c'est plus de 12 000 000 kWh par an qui pourront être injectés, soit la consommation de plus de 2 500 foyers⁽⁴⁾.

A l'heure où la sobriété énergétique est une nécessité, ces démarches témoignent de l'investissement de toutes les équipes en faveur de l'économie circulaire et de l'amélioration de la performance énergétique du groupe.

Des actions et projets au service de la transition énergétique : mise en veille des fréquences

Dans un contexte de croissance constante des usages et du trafic mobile, le groupe Altice France s'engage à sensibiliser ses clients à l'impact environnemental de leurs usages tout en utilisant les nouvelles technologies en faveur d'une sobriété énergétique. A la suite d'une analyse approfondie de ses équipements mobiles sur l'ensemble du territoire, le pôle Télécoms a pris l'initiative de mettre en veille certaines des fréquences 4G sur plus de 1000 sites pendant les périodes creuses de la journée. Cette démarche, sans compromettre la qualité de service, a permis une réduction d'énergie avoisinant 6 % par rapport à l'année précédente, l'équivalent de 30 000 000 kWh soit 6 412 foyers. Fort de ce succès, le pôle Télécoms prévoit de généraliser ce projet et d'élargir la portée de cette fonctionnalité à davantage de sites pour intensifier les bénéfices en termes d'efficacité énergétique.



(4) <https://selectra.info/energie/guides/conso/consommation-moyenne-electricite>

Vers une économie circulaire : écoconception et limitation des déchets

I. Le programme Greener Altice

Fin 2020, le pôle Télécoms du groupe Altice France a lancé son programme, Greener Altice. Global et responsable, il concerne l'ensemble des équipements de la marque Altice et se décline en 3 plans d'action : les équipements fixes, les smartphones et les accessoires.



ELODIE BETRON
Responsable du Programme Greener Altice
et des Achats terminaux transverses SFR

« Le programme « Greener Altice », lancé en novembre 2020, illustre la volonté du groupe Altice France de renforcer son engagement environnemental. En constante évolution, il étend son influence en impactant davantage de produits et en renforçant nos critères environnementaux. Nos équipes sont mobilisées pour concrétiser l'écoconception à travers tout le cycle de vie de nos nouveaux produits, sans compromis sur la qualité ni les performances. »



Quelques actions issues de la démarche d'éco-conception

Des box écoconçues

La fabrication des box est un enjeu important pour la réduction de l'empreinte environnementale du groupe Altice France, c'est pourquoi il s'engage dans l'écoconception de ses produits. Depuis 2021, le pôle Télécoms a développé un cahier des charges spécifique à l'écoconception de ses box et a rendu obligatoire son suivi pour tous ses nouveaux produits. Au fil des années, les critères deviennent ainsi de plus en plus exigeants, s'alignant sur les meilleures pratiques d'écoconception et sur des certifications environnementales reconnues.

Charte d'écoconception des box et décodeurs

Le cahier des charges impose de nombreux critères environnementaux, tels que :

- ◆ l'optimisation des poids et volumes afin de réduire la quantité de matériel nécessaire à la production et optimiser le transport ;
- ◆ l'obligation d'incorporer a minima 70 % de matière recyclée dans les boîtiers en plastique ;
- ◆ l'optimisation de la durée de vie des box, grâce à des composants à forte longévité (durée de vie minimum : 10 ans) ;
- ◆ la recherche de réduction de la consommation énergétique des équipements, au travers de la mise en place de modes spécifiques de logiciel ;
- ◆ la poursuite de l'excellence en matière de facilité de reconditionnement, afin que les box puissent être réparées et démantelées le plus simplement possible en veillant aussi à ce que les pièces détachées soient facilement remplaçables ;
- ◆ le suivi strict, pour les emballages, de la charte d'écoconception (utilisation de matière recyclée labellisée, encres végétales, suppression des plastiques à usage unique par exemple). À ce titre, l'utilisation du papier, notamment, a été réduite au minimum grâce à l'impression des instructions d'installation directement sur le carton.

70 %
de plastique
recyclé minimum



Réduire la consommation des appareils en veille

Soucieux de contribuer à l'effort national de réduction de la consommation énergétique, la consommation électrique des trois dernières gammes de décodeurs a été optimisée avec l'intégration d'un mode veille profonde permettant de réduire la consommation à moins de 2 Watts, voire moins de 1 Watt pour la référence la plus récente, lorsque ces appareils sont à l'arrêt.

Déployé via un logiciel adapté, ce mode « veille profonde » désactive les composants électroniques non sollicités mais potentiellement consommateurs d'énergie. Alliant économie d'énergie et performance, un « temps de réveil » des appareils de moins de 15 secondes a été conservé de façon à ne pas pénaliser l'expérience des clients et clientes et leur permettre de retrouver leurs programmes TV très rapidement.

Des mobiles écoconçus



Dans cette lignée, le groupe Altice France a conçu et propose depuis novembre 2021 à ses clients des smartphones responsables : le Altice E54 et E25 seront rejoints en 2024 par le Altice E55. Ce dernier modèle écoconçu et économique illustre l'ambition du groupe de permettre l'accès pour tous au numérique, tout en cherchant à minimiser son impact sur l'environnement.

Les caractéristiques du Altice E55 :



Réduire le renouvellement des télécommandes tout en améliorant leur écoconception

Les télécommandes des décodeurs, utilisées au quotidien par les clients de SFR, font partie des articles générant des taux élevés de changement lors de la phase de reconditionnement.

Afin d'agir pour réduire l'impact environnemental de cet accessoire, la gamme de télécommandes a été retravaillée pour favoriser l'utilisation de plastique recyclé, tout en préservant la solidité du plastique et la réparabilité de l'objet.

Depuis le 4^{ème} trimestre 2023, 100 % des télécommandes produites pour les 3 derniers modèles de décodeurs sont composées de boîtiers en plastique recyclé à plus de 90%.

Une nouvelle gamme d'accessoires Altice

En 2023, le groupe Altice France a revisité l'ensemble de sa propre gamme d'accessoires pour se conformer aux critères d'écoconception et renforcer son engagement environnemental.

Désormais, tous les nouveaux produits de la gamme (chargeurs, câbles, écouteurs sans fil, enceintes audio ou protections de smartphones) respectent les critères suivants :

- ◆ **Ecoconception** : tous les produits sont conçus à partir de matériaux recyclés, avec une proportion variant de 30 % à 100 % selon le type de produit. Les matériaux sont certifiés par le label GRS Global Recycled Standard.
- ◆ **Durée de vie allongée** : en collaboration avec les fournisseurs, la qualité des produits a été améliorée. Par exemple, les nouveaux câbles de charge sont certifiés par un laboratoire indépendant pour résister à 25 000 torsions, soit huit fois plus qu'un câble de qualité standard.
- ◆ **Garantie prolongée** : SFR offre une garantie de 3 ans sur tous les nouveaux produits de la gamme, soit une année de plus que la garantie légale minimale.
- ◆ **Compatibilité universelle** : anticipant la dernière réglementation européenne⁽⁵⁾, les chargeurs et câbles Altice sont désormais universels, ce qui permet de réduire les déchets électroniques.
- ◆ **Packaging écoconçu** : les emballages utilisent du carton certifié FSC 100 % recyclé, imprimé avec des encres végétales. Pour la gamme énergie (chargeurs et câbles), le volume des emballages a été réduit jusqu'à 50 %, par rapport à l'ancienne gamme.
- ◆ **Transport maritime** : tous les produits de la gamme, à l'exception des étuis de protection, sont expédiés par voie maritime afin de minimiser l'impact environnemental de leur transport.



✓ 3 ans de garantie

✓ Jusqu'à 100 % de plastique recyclé

✓ Matériaux certifiés Global Recycled Standard

(5) Directive 2022/2380/UE du 23 novembre 2022 relative à l'harmonisation des législations des États membres sur le chargeur universel.

La Factory

Dans un objectif de réduction des déchets de plastique, le groupe Altice France dispose d’une offre sur mesure de protection de smartphones, La Factory. Les films de protection d’écran permettent par ailleurs d’allonger significativement la durée de vie des smartphones, ils contribuent ainsi à réduire leur impact sur l’environnement. De la taille d’une imprimante, les machines Factory sont installées dans les boutiques SFR et permettent aux vendeurs de découper des protections d’écran de smartphone sur mesure en quelques secondes, à la demande des clients. Ce procédé innovant permet de protéger n’importe quel smartphone disponible sur le marché à partir d’un format unique de film de protection, limitant ainsi considérablement la pollution liée à la production, au transport et au stockage de ce type de produit. Elles sont découpées à la demande, ce qui réduit l’obsolescence et facilite la gestion des stocks. Cette flexibilité permet également de garantir une suppression totale du recours à l’avion et l’approvisionnement est réalisé par bateau uniquement.

Réduction de 90 % des émissions de gaz à effet de serre liées aux emballages et au transport par rapport à l’ancienne génération de film Altice

Depuis leur lancement en 2021, les protections La Factory ont su convaincre de plus en plus de clients et représentent, en 2023, 85 % des ventes de protection d’écrans chez SFR. Depuis 2023, ces protections sont également proposées aux entreprises clientes. Cette année, les équipes du groupe, en partenariat avec leurs fournisseurs, ont travaillé à l’amélioration de la résistance des films protecteurs. Ainsi, dès 2024, l’intégration de nouveaux matériaux permettra :

- ◆ une résistance aux chocs et une durabilité accrues, grâce à la propriété auto-régénérante des films, puisque les éventuelles rayures d’usage disparaissent en seulement 48 heures ;
- ◆ une plus grande adaptabilité : ces nouveaux films s’adaptent à tous les smartphones, y compris pliables et aux tablettes.

Ainsi, SFR intensifie son partenariat avec son fournisseur de films, certifié ISO 14001. Cette certification garantit la qualité des films fournis à La Factory ainsi que des pratiques respectueuses de l’environnement de la part du fournisseur.

II. La seconde vie des équipements

Allongement de la durée de vie des équipements

Afin de donner une seconde vie à ses produits, le groupe Altice France a mis en place depuis plusieurs années un système de reconditionnement des box et décodeurs TV de ses marques SFR et RED by SFR. Ces produits, prévus pour atteindre une durée de vie maximale, sont réparés et remis à neuf tant que leur technologie n’est pas dépassée.

Pour aller encore plus loin, le groupe Altice France s’emploie également à réduire l’impact environnemental du reconditionnement de ses produits, par exemple en utilisant du plastique régénéré pour changer les capots des box ou en optimisant les trajets effectués pour reconditionner les produits grâce au gerbage des palettes.

Optimisation des transports liés au reconditionnement

Le gerbage des palettes est un procédé qui permet d’empiler plusieurs unités de charge les unes sur les autres, sans avoir recours à des étagères. Les gains de place réalisés permettent d’optimiser les trajets en doublant le nombre de palettes transportées par trajet. En 2023, près de 90 % des camions transitant entre les centres de reconditionnement et les centres logistiques de SFR utilisent ce procédé. L’optimisation de la palettisation des boîtiers fibre a également permis d’augmenter de presque 40 % le nombre de boîtiers chargés dans un camion, et donc d’améliorer encore l’efficacité des trajets effectués.

Nouvelles techniques de reconditionnement

Depuis fin 2022, les faces avant abimées des décodeurs de génération 7 subissent une opération de flammage, procédé thermique qui permet d’effacer les rayures du plastique et donc d’éviter un changement à neuf.

En 2023, la mise en œuvre d’une nouvelle solution de test et de rénovation des câbles optiques a permis d’éviter la fabrication et l’acheminement de plus de 100 000 câbles optiques neufs à fin 2023.



Rationalisation des envois d’équipements

En 2023, le processus d’envoi aux clients des box reconditionnées de 7^{ème} génération, compatibles avec les technologies Fibre et ADSL, a été repensé afin d’adapter les envois en fonction de l’offre souscrite par le client. Ainsi, l’envoi de plus de 500 000 kits ADSL a pu être évité. Les kits ADSL, auparavant automatiquement inclus dans les envois, contiennent des câbles non utilisés en cas de souscription à une offre fibre.

Optimisation du nombre d’opérations de reconditionnement

Les critères esthétiques à atteindre pour qu’un équipement soit remis sur le marché sont également régulièrement réévalués : en 2022, le niveau d’exigence a été abaissé, ce qui a permis de réduire le nombre d’opérations de reconditionnement effectuées, et ainsi d’économiser énergie et matières premières.

Une seconde vie pour les téléphones mobiles

20 % des ventes entraînent une reprise mobile

Afin d’inciter les consommateurs à donner une seconde vie à leur téléphone lorsqu’ils en changent, SFR propose deux offres avantageuses :

- ◆ **la reprise mobile** : l’ancien téléphone est repris par SFR en boutique ou en ligne, contre une remise à déduire d’un achat ou directement versée sur le compte bancaire ;
- ◆ **le bonus reprise** : il s’agit d’une remise supplémentaire sur l’achat d’un nouveau téléphone, disponible sur une sélection de téléphones après la reprise par SFR de l’ancien mobile.

Utilisation de matières recyclées

Depuis juin 2021, les capots abimés des box de la génération 7 sont remplacés par des capots neufs, réalisés en plastique régénéré à partir des anciens capots de cette gamme : les parties de plastique abimées sont extraites, broyées puis « refondues » pour obtenir un nouveau capot «comme neuf». Moins de 1 % de la matière plastique est perdue au cours du processus de régénération, ce qui en fait un véritable atout pour la démarche d’économie circulaire du groupe Altice France.

III. Revalorisation et gestion des déchets

Offrir une seconde vie au matériel électrique et électronique

Les actions des pôles Télécoms et Media

Directement dans leurs bureaux ou sur les sites qui permettent le fonctionnement du réseau SFR, les pôles Télécoms et Media utilisent des équipements électriques et électroniques. Lorsque ce matériel tombe en panne ou que sa technologie devient obsolète la question d'un réemploi ou d'une valorisation se pose systématiquement. Ainsi, plus de 45 % des équipements ont été revalorisés en 2023.



Par ailleurs, l'ensemble du matériel informatique devant faire l'objet d'un remplacement (PC, écrans et imprimantes) des pôles Télécoms et Media est systématiquement donné à Emmaüs Connect depuis 2020.

Un service certifié de récupération des équipements pour les entreprises



Enjeu important pour ses clients entreprises, SFR Business est engagé en faveur de l'économie circulaire notamment au travers de la certification ISO 14001 de son management de l'environnement sur la gestion de la récupération, du réemploi et du recyclage des équipements clients (fixe, service et mobile). Cette validation par un tiers indépendant de la démarche du groupe est un gage de confiance reconnu et favorise l'amélioration continue de la performance environnementale.

Une plateforme de revente aux brokers, et/ou de don des flottes de mobiles en partenariat avec les Ateliers du Bocage, est également mise à disposition pour encourager les entreprises à valoriser les téléphones dont elles n'ont plus l'usage.



Plus de 550 tonnes de CO₂ évitées en 2023 grâce au partenariat de réemploi et valorisation avec Shields, acteur engagé dans le reconditionnement et le recyclage des EEE.

Les actions d'Intelcia

L'enjeu d'économie circulaire et de gestion des déchets représente un défi particulier sur le périmètre d'Intelcia. Afin d'améliorer la valorisation de ses déchets et lutter contre les pollutions, Intelcia a accentué ses partenariats locaux pour favoriser le réemploi, le reconditionnement et le recyclage, dans un contexte géographique de faible structuration de ces filières.

Par exemple, en 2023, dans le cadre de son partenariat avec l'association Tifaouine, Intelcia a équipé une salle informatique dans un village de la région de Tioute au Maroc. A l'aide d'anciens ordinateurs internes remis en état et de mobilier neuf, la salle a été conçue pour les élèves du village et en particulier les jeunes issus de familles démunies. Deux collaborateurs Intelcia et des bénévoles de l'association Tifaouine se sont rendus sur place pour aménager la salle et initier une trentaine d'élèves à l'utilisation des outils informatiques.



(1) La face cachée du numérique, ADEME (2019)

Déchets non-dangereux : limiter leur production, mieux les recycler

Si les infrastructures et filières de recyclage sont peu structurées sur ce type de déchets, Intelcia a toutefois entrepris différentes initiatives dans ses pays d'implantation pour favoriser la réduction de l'impact environnemental de ses déchets.

Papier et plastique

La dématérialisation poussée des documents administratifs est désormais en place chez Intelcia, réduisant l'utilisation de papiers et ainsi la génération de déchets. De plus, des campagnes de sensibilisation sont régulièrement déployées pour inciter à la limitation des impressions.

Par ailleurs, des partenariats ont été créés dans différents pays d'implantation avec des experts du tri et du recyclage :

- ◆ au Cameroun, Intelcia travaille depuis 2018 avec Red-Plast, spécialiste dans la collecte et le recyclage des déchets en plastique industriels et ménagers ;
- ◆ en France, Intelcia s'est allié à différents partenaires comme PAPREC, ELISE, LemonTri, mais aussi Cy-Clope qui collecte les mégots de cigarette rassemblés dans des bacs installés spécifiquement sur les sites Intelcia pour les recycler ;
- ◆ au Maroc, Intelcia a noué un partenariat avec l'association KOUN depuis 2021 avec pour objectif le tri et la revalorisation de 100 % des bouteilles en plastique et du papier. Dans ce cadre, des bacs de collecte spécifiques pour les déchets plastiques et les déchets papiers-cartons ont été installés sur presque tous les sites marocains, et un processus de collecte des déchets a été mis en place avec KOUN. Plus de 80 ambassadeurs et ambassadrices ont été formés parmi les collaborateurs et collaboratrices pour porter et diffuser cette initiative. En 2023, c'est plus de 4,5 tonnes de plastique et plus de 4 tonnes de papier qui ont été triées sur les sites Intelcia et collectées par KOUN pour être upcyclées.



Promotion d'une consommation responsable : sensibiliser les collaborateurs, partenaires et clients aux enjeux environnementaux

I. L'engagement des parties prenantes

Selon l'ADEME, chaque Français émet en moyenne 9 tonnes de CO₂ par an⁽¹⁾, alors que seule une moyenne de 2 tonnes par an par personne permettrait de respecter la trajectoire + 1,5°C de l'Accord de Paris.

La consommation responsable et les investissements individuels sont ainsi des leviers importants dans la lutte contre le réchauffement climatique. Des écogestes et investissements « réalistes » pourraient ainsi réduire jusqu'à 25 % l'empreinte carbone individuelle⁽²⁾.

Dans cette optique, le groupe Altice France sensibilise ses parties prenantes notamment en les informant sur les sujets socio-environnementaux, en favorisant une consommation responsable et en réinventant son offre pour faire de ses clients des « consom'acteurs ».

Une page dédiée aux actions d'écoconception et aux écogestes du numérique est disponible sur les sites internet de SFR⁽³⁾ et RED by SFR⁽⁴⁾. Il est ainsi conseillé aux consommateurs de conserver le plus longtemps possible leur smartphone, d'opter pour des produits reconditionnés lorsque cela est possible, ou encore d'éteindre leur box Internet et/ou leur décodeur lorsqu'ils ne s'en servent pas. Depuis 2022, les clients fixe et mobile ont accès à l'impact de leur consommation de données en carbone, directement sur les applications SFR et RED by SFR. Sur le modèle de l'affichage environnemental, cet impact est converti en gestes de la vie quotidienne, tels que le nombre de kilomètres parcourus en voiture ou le nombre d'heures d'utilisation d'une ampoule 60W.

Une campagne pédagogique de sensibilisation aux écogestes numériques a aussi été diffusée auprès des clients et clientes SFR et RED by SFR durant l'année pour les inciter à adopter des usages numériques plus sobres et responsables.



Par ailleurs, le groupe Altice France, au travers de son activité de télécommunications, participe à différents groupes de travail inter-opérateurs pour améliorer le calcul de l'empreinte du numérique et la sensibilisation de ses abonnés ainsi que pour définir les actions de décarbonation prioritaires de la branche.

(1) <https://agirpourlatransition.ademe.fr/particuliers/testez-vos-connaissances/connaissiez-empreinte-climat>

(2) « Faire sa part » - Carbone 4 (2019)

(3) <https://www.sfr.fr/engagements-rse/environnement/eco-geste.html>

(4) <https://www.red-by-sfr.fr/redresponsable/>

Engagement des collaborateurs et diffusion d'une culture du développement durable

Côté Télécoms et Media

Afin de soutenir son engagement, les pôles Télécoms et Media ont amplifié les actions de formation et de sensibilisation auprès de leurs collaborateurs pour leur offrir les clés de compréhension des enjeux liés au développement durable dans leur secteur d'activité.

◆ Formation

Pour renforcer l'offre de formation, plusieurs actions ont été menées cette année. Tout d'abord, dans le cadre de la nouvelle filière de formation RSE, l'offre de formation globale s'est enrichie, en intégrant de nouvelles thématiques liées aux enjeux environnementaux, telles que la finance durable ou la communication responsable.

En parallèle, certaines directions et fonctions, considérées comme prioritaires, ont bénéficié de formations spécifiques, en lien avec les évolutions de leurs métiers.

◆ Sensibilisation

Côté sensibilisation, divers ateliers et conférences ont été organisés. Dans la continuité des événements de 2022, des conférences "Paroles d'Experts" de grande envergure ont été organisées afin de sensibiliser largement les collaborateurs.

- ◆ Le chercheur Aurélien Bigo a ainsi donné une conférence sur les sujets de la transition énergétique et de la mobilité, faisant notamment la lumière sur l'enjeu de la voiture électrique.
- ◆ La directrice de recherche de l'Institut National de Recherche en Agriculture et Environnement (Inrae), Monique Axelos, a abordé le sujet de l'alimentation et notamment de la consommation de viande dans les décennies à venir.
- ◆ La journaliste Paloma Moritz et la conférencière Yasmina Auburtin ont exposé les enjeux autour des imaginaires collectifs passés et futurs, qui façonnent la perception des sujets climatiques à travers l'industrie culturelle et médiatique dans leur conférence « Imagine 2050 ».



Depuis avril 2023, les pôles Télécoms et Media ont déployé un dispositif de Fresques du Climat. Ludique et basée sur les rapports scientifiques du GIEC, la Fresque du Climat permet aux collaborateurs de s'approprier en 3 heures la question complexe du changement climatique. Le dispositif repose sur le recrutement et la formation de salariés à l'animation d'ateliers ouverts à tous ou de teambuilding pour l'ensemble des directions et sur tous les sites implantation.

En fin d'année 2023, ce sont déjà 677 personnes qui ont été « fresquées » au travers de ce dispositif, s'approchant de l'objectif des 1 000 salariés fixé pour les 1 an du dispositif, en avril 2024.

Côté Intelcia

Intelcia déploie différentes campagnes de sensibilisation à la préservation de l'environnement. Elles ont pour objectif l'adoption de meilleures pratiques et d'écogestes par l'ensemble de ses collaborateurs sur leur lieu de travail, ainsi que dans le cadre de leur vie privée.

Au Sénégal et en Côte d'Ivoire, une campagne d'affichage et de sensibilisation invite à une utilisation raisonnée de l'eau, partageant les gestes positifs pour la réduction de sa consommation.

Au Maroc, plusieurs dispositifs sont mis en place pour sensibiliser les collaborateurs aux enjeux du tri et du recyclage des déchets sur leur lieu de travail :

- ◆ la campagne de sensibilisation « Go Green » : tous les ans et sur chaque site disposant de bacs de collecte KOUN, des actions de sensibilisation sont organisées autour des thématiques du tri et du recyclage des déchets. La campagne comprend notamment un quiz avec des récompenses à la clé pour les collaborateurs qui obtiennent le meilleur score ;
- ◆ en 2023, un module d'e-learning sur le tri et le recyclage des déchets a été développé et intégré au parcours d'intégration des nouveaux arrivants. Ce module de 15 minutes environ est suivi par tout nouveau collaborateur d'un site Intelcia au Maroc.

Différentes actions volontaristes ont régulièrement lieu pour permettre aux collaborateurs de participer à des initiatives comme celle du nettoyage des abords de la rivière La Vence en France en partenariat avec l'association Ardennes Rivières Propres. Avec la participation d'une dizaine de collaborateurs d'Intelcia, 500 kg de déchets ont pu être collectés et réinjectés dans les filières de traitement adéquates en 2023.

Ce type d'action est non seulement encouragé parmi les collaborateurs de tous les pays où opère Intelcia, mais permet aussi d'inviter à la participation des familles, favorisant ainsi une sensibilisation plus large et notamment des enfants, acteurs de l'écoresponsabilité de demain.

Cycle
Risques
Climatiques

Un cycle de tables rondes de sensibilisation aux risques climatiques a été organisé sur l'Altice Campus avec des experts du ministère de la Transition Ecologique et de l'Intérieur. 6 conférences ont ainsi été organisées afin d'apporter des connaissances pointues aux journalistes des antennes du groupe sur les feux de forêt et de végétation, les canicules, les sécheresses, les inondations et épisodes cévenol, le recul du trait de côte et l'adaptation au dérèglement climatique.

Des réseaux d’information d’envergure : sensibiliser la population française

En septembre 2023, Altice Media a accéléré son engagement en faveur de la transition écologique en se dotant d’une charte éditoriale ambitieuse pour mieux accompagner le traitement des enjeux environnementaux, notamment climatiques. L’ensemble des médias du groupe s’engage à apporter les clés pour faire évoluer les comportements, collectifs comme individuels, La question environnementale est abordée de manière pédagogique, éclairée avec l’appui de spécialistes reconnus dans leur domaine et transparente sur les sources utilisées.

Par ailleurs des outils de formation sont mis à disposition pour permettre la montée en compétence de l’ensemble des équipes sur les enjeux climatiques et environnementaux (cf. Partie Promotion d’une consommation responsable).



Une couverture médiatique renforcée sur les questions environnementales

BFMTV a lancé un format innovant sur la sensibilisation du public face aux défis environnementaux, avec le lancement d’une nouvelle rubrique, la météo des feux de forêt, diffusée à la fois à l’antenne et sur le web. Grâce à une infographie détaillée à partir des informations de Météo France, les téléspectateurs ont pu visualiser de manière claire et concise les prévisions des risques d’incendie au cours de l’été.

Plus de 700 sujets
environnementaux traités
en 2023 par les antennes
Altice Media

En 2023 Altice Média s’est engagé au quotidien dans l’accompagnement d’acteurs et d’initiatives locales et nationales en faveur du développement durable. Ainsi, les antennes locales ont pu s’associer à des événements comme le Salon de l’Eco-citoyen Vivre Autonome à Paris, le Festival Lyon Zéro Déchet, les salons Bionazur Nice et Antibes ainsi que les Rencontres de la Mobilité Douce à Marseille pour les mettre en visibilité. Elles ont aussi pu soutenir des festivals de musique indépendants et engagés comme le Green River Valley Festival, Les Nuits Secrètes, Festival Plein Air, Woodstower, Cooksound Festival et Delta Festival.

Au niveau national, BFMTV a aussi lancé au début de l’année l’opération #LeRetourDesHirondelles en partenariat avec la Ligue de Protection des Oiseaux (LPO), pour permettre aux Français de suivre l’arrivée en France de ces oiseaux migrants tout en signalant leurs propres observations. Chaque vendredi matin la carte de l’avancée de leur retour a été présentée lors des bulletins météo de la chaîne, accompagnée de vidéos et de renseignements sur leur biologie et leur comportement.

Des émissions dédiées à la RSE

Première chaîne de France dédiée à l’économie, BFM Business assure une mission essentielle de diffusion des questions environnementales. Chaque jour, les enjeux RSE sont au cœur des différentes émissions de la chaîne, avec la mise en avant d’acteurs de tous secteurs et de toutes tailles, tous engagés à adapter leurs entreprises aux enjeux environnementaux.

La chaîne propose également des émissions délocalisées pour valoriser les initiatives ambitieuses à l’instar du salon « Impact PME » qui s’est tenu le 30 novembre 2023 à Paris lors duquel BFM Business a contribué à l’organisation de l’événement intitulé « Talents, IA, transition écologique : comment réussir 2024 ? »

En décembre 2023 BFM Business a également lancé l’émission « Impact by Tcherkoff ». La journaliste Audrey Tcherkoff y accueille des invités engagés sur les questions sociétales et environnementales, déterminés à laisser une empreinte positive.



AUDREY TCHERKOFF
Présentatrice Impact by Tcherkoff
BFM Business

« Cette nouvelle émission me permet de porter un regard engagé et proactif sur l’actualité. Mon objectif est clair : aborder l’actualité à hauteur humaine, avec la ferme intention de combattre le sentiment d’impuissance ressenti par les citoyens, ou les dirigeants face aux défis majeurs de notre époque. »

Chacune des 10 chaînes régionales de BFM dispose également de son émission consacrée à des sujets et à des initiatives liés à l’environnement. L’émission Planète Locale propose ainsi un rendez-vous hebdomadaire dédié à l’écologie, avec des reportages et des invités inspirants, sur chacun de ses territoires.

Un partenariat unique avec le ministère de la Transition écologique

En janvier 2023, Altice Media et le ministère de la Transition Écologique ont noué un partenariat afin de sensibiliser le public aux enjeux climatiques. Cette collaboration se concentre sur la communication des bons réflexes face aux événements climatiques et à la couverture des événements environnementaux.

Dans le cadre de ce partenariat :

- ◆ BFM Business et BFM TV ont couvert la COP 28 ;
- ◆ BFM Régions a couvert la journée nationale « Tous résiliants face aux risques » avec notamment :
 - ◆ un exercice de préparation aux séismes diffusé sur BFM Alsace ;
 - ◆ la présence des antennes de BFM Grand Lille et BFM Grand Littoral à un salon de préparation aux inondations ;
 - ◆ la diffusion sur BFM Normandie d’un sujet sur un exercice de sécurité de grande ampleur organisé dans la zone industrialo-portuaire du Havre.
- ◆ 37 sujets à visée pédagogique et explicative portant sur les risques climatiques ont été diffusés sur les antennes du groupe ;
- ◆ des tables rondes accueillant des experts du ministère de la Transition Ecologique et de l’Intérieur ont été organisées.



II. La Semaine Européenne du Développement Durable : une occasion unique pour sensibiliser les collaborateurs et les clients

En 2023, le groupe Altice France a profité des Semaines Européennes du Développement Durable pour multiplier ses actions de sensibilisation. Orienté vers l'approfondissement des connaissances des enjeux environnementaux d'une part, et la transmission de moyens concrets d'action d'autre part, cet évènement a mobilisé...

...Ses clients et clientes...

Lors de la Semaine Européenne du Développement Durable (SEDD), SFR et RED by SFR ont proposé à leurs clients une remise immédiate sur une sélection de mobiles reconditionnés. Afin d'accroître la visibilité de cette offre, un jeu concours a été organisé sur les réseaux sociaux.

Par ailleurs, à l'occasion des 10 ans d'Emmaüs Connect, fêtés durant la SEDD, SFR a lancé une opération de solidarité : pour tout achat d'un téléphone reconditionné, un kit de connexion a été offert par SFR à Emmaüs Connect pour équiper les personnes en situation de précarité numérique. Plus de 3 000 kits de connexion ont ainsi été offerts.

...et ses collaborateurs !

Stand « 4R »

Selon une étude commune de l'ADEME et de l'Arcep portant sur l'empreinte environnementale du numérique⁽¹⁾, ce secteur représente 2,5 % des émissions totales de gaz à effet de serre en France. Les trois quarts de ces émissions sont dus à la fabrication et à l'utilisation des équipements grand public, tels que les smartphones ou les téléviseurs. Conscient de ces impacts, les pôles Télécoms et Media ont rendu visible la question de l'allongement de la durée de vie des terminaux et les vertus de l'économie circulaire auprès de leurs collaborateurs, avec des actions orientées autour des 4 « R » : Réparation, Réemploi, Reconditionnement et Recyclage.

- ◆ le service de réparation « Samsung Repair Express » a ainsi offert aux collaborateurs un diagnostic de leurs mobiles Samsung et des réparations dans la journée ;
- ◆ le service La Factory by Altice a été mis en avant : 200 collaborateurs ont ainsi pu vivre l'expérience innovante de protection sur-mesure de smartphone proposée en boutique SFR ;
- ◆ en partenariat avec Emmaüs Connect, une collecte de mobiles usagés a été organisée sur l'Altice Campus ;
- ◆ enfin, l'offre reconditionnée a également été mise en avant sur le Campus, grâce à l'exposition des modèles phares sur les stands et l'organisation de concours permettant de faire gagner des modèles reconditionnés distribués par SFR.

La Fresque du Climat

Pendant la Semaine Européenne du Développement durable, une Fresque du Climat géante a également été organisée sur l'Altice campus regroupant 50 participants.



Le défi Ma Petite Planète



En 2023, les pôles Télécoms et Média ont participé pour la première fois à la compétition Ma Petite Planète. Des défis écologiques touchant à des thématiques très diverses, telles que l'alimentation, l'énergie ou encore la finance, ont encouragé les collaborateurs à s'emparer de leur empreinte carbone personnelle, et à faire preuve d'un esprit d'initiative en équipe. Une cérémonie de clôture a été organisée sur l'Altice Campus et sur Teams lors de laquelle les participants les mieux classés ont reçu des lots écoconçus.

Les collaborateurs participants se sont particulièrement engagés, la meilleure équipe allant jusqu'à atteindre la deuxième place sur le podium national de l'évènement.

(1) ADEME-Arcep, Evaluation de l'impact environnemental du numérique et analyse prospective, 2022.

Enjeux environnementaux complémentaires

Au-delà des enjeux environnementaux identifiés comme hautement prioritaires au travers de la matrice de matérialité du groupe Altice France, le groupe agit sur des enjeux évalués moins critiques au regard de ses activités afin de réduire son impact écologique global et participer à l’effort collectif.

I. Gestion de l’eau

Le groupe Altice France a mis en place, depuis de nombreuses années, des mesures visant à réduire la consommation d’eau de ses sites tertiaires, comme l’installation de réducteurs de pression et de chasses d’eau à double débit. De plus, les nouveaux bâtiments respectent les règles et recommandations les mieux-disantes pour l’optimisation de la ressource en eau.

Les sites techniques bénéficient également d’une attention particulière concernant leur consommation d’eau. En effet, l’ensemble des nouveaux sites ou installations respectent les critères environnementaux requis dans le cadre d’une consommation d’eau plus durable. Grâce à ces derniers, il n’est plus nécessaire de refroidir les équipements en cas de fortes chaleurs avec de l’eau.

Un dispositif canicule est également mis en place afin de limiter la quantité de l’eau prélevée. Ces actions nécessitent une coordination entre le groupe Altice France et ses partenaires qui organisent des vérifications et contrôles de l’ensemble des équipements de refroidissement avant la période estivale afin d’assurer une efficacité optimale de ces derniers. Une revue des moyens mobiles disponibles tels que les groupes électrogènes, les climatisations ou extracteurs est réalisée. Cette évaluation approfondie permet d’éviter la surchauffe des équipements de refroidissement et par conséquent, l’utilisation potentielle d’eau.

Enfin, les circuits d’eau des sites stratégiques sont tous équipés d’un système de boucles fermées. Ce dispositif signifie que l’eau utilisée pour le refroidissement des salles techniques est chargée uniquement lors de l’installation des équipements et ne nécessite pas ou peu d’appoint.

	ANNÉE	ALTICE FRANCE	PÔLE TELECOMS	PÔLE MEDIA	INTELCIA	ERT TECHNOLOGIES
Consommation en eau (m³)	2022	159 339	42 108	11 271	105 960	N/D
	2023	157 457	46 540	12 092	95 570	3 255

N/D : Non-dit

II. Préservation de la biodiversité

Contribuer à la préservation et la restauration des écosystèmes

Côté Télécoms et Media

Conscientes de l’importance de la préservation des forêts pour la biodiversité, les équipes de la marque RED by SFR ont lancé fin 2020 le programme #REDsponsable. En partenariat avec l’association A Tree for You, ce programme a financé, cette année, deux projets destinés à :

- ◆ la réhabilitation de la forêt de Montmorency, classée en état de crise sanitaire depuis 2018 ;
- ◆ le reboisement de la forêt domaniale de Meudon, touchée par la maladie de l’encre du châtaignier.

Au total, ce sont plus de 80 000 € qui ont pu être collectés et réinvestis dans les projets de reforestation depuis 2021 au travers des dons des clients RED, abondés à 100 % par le groupe.

Côté Intelcia

En partenariat avec l’association High Atlas Foundation (HAF), qui œuvre pour la restauration des écosystèmes marocains via des actions de reforestations, Intelcia a financé la plantation de 550 arbres fruitiers en 2022. Cette action s’est faite au nom des clients d’Intelcia Maroc, pour les remercier de leur confiance et, à travers la symbolique de l’arbre, pour placer le partenariat sous le sceau de la durabilité. L’impact local de cette action est double : environnemental mais également social, puisque ces arbres doivent être entretenus et cultivés par une famille d’agriculteurs locaux, dans un contexte où les sécheresses de plus en plus fréquentes ont fragilisé les systèmes agricoles marocains. Une dizaine de collaborateurs d’Intelcia se sont rendus dans la région de Ouarzazate pour participer à la plantation de ces arbres, aux côtés des membres de HAF et de l’agriculteur qui possède le terrain.

Compte tenu du succès de cette opération, Intelcia a signé en 2023 une convention de partenariat avec l’association HAF pour préparer la plantation d’un arbre par collaborateur d’Intelcia Maroc entre 2023 et 2024 – soit plusieurs milliers d’arbres.



Limiter ses impacts

Conscient de sa responsabilité, le groupe Altice France assure un contrôle renforcé de ses Installations Classées pour la Protection de l’Environnement (ICPE). Les ICPE sont les infrastructures du groupe qui représentent le risque le plus significatif – bien que demeurant mineur – pour l’environnement et la biodiversité.

Le réseau du groupe Altice France comprend ainsi 163 sites concernés par 4 sections ICPE, relatives au stockage des batteries et de l’huile de carburant, et à la présence d’agents d’extinction, d’unités de réfrigération et de générateurs. Ces sections induisent des contrôles réguliers et précis sur ces sites, afin d’éviter toute pollution de l’environnement.

De son côté, Intelcia a inscrit dans ses prérequis d’achats responsables l’utilisation de produits certifiés pour leur respect de l’environnement. En France, par exemple, Intelcia encourage ses prestataires de nettoyage à employer des produits respectueux de l’environnement depuis plusieurs années afin de lutter contre les pollutions chimiques. En 2021, une revue complète a été réalisée, assortie d’une exigence de remplacement des produits non-labellisés par des substituts certifiés.

Dans les pays où ces produits labellisés sont peu accessibles, des actions alternatives sont néanmoins mises en place. Par exemple, à Madagascar, les appels d’offres stipulent que les produits doivent être non-dangereux et représenter l’impact le plus faible possible sur l’environnement.

Le groupe Altice France, engagé pour ses salariés



Afin d’accompagner au quotidien les collaborateurs dans leurs missions, les pôles Télécoms et Media poursuivent le déploiement de nombreux dispositifs au service de l’excellence opérationnelle et de la performance des équipes. Cela passe par la mise en place de filières de formation exigeantes, une politique d’apprentissage volontariste, une gestion performante de la mobilité et des carrières des collaborateurs et collaboratrices. Les pôles Télécoms et Media poursuivent également leur action en faveur de l’inclusion, conscients que la diversité est un vecteur d’innovation, de créativité, de motivation et de performance pour l’entreprise.

De son côté, Intelcia est orienté depuis ses débuts vers la création d’emplois, l’employabilité et l’inclusion. Avec 18 361 collaborateurs en 2023 pour la région francophone, Intelcia fait ainsi partie des premiers employeurs privés dans plusieurs bassins d’emplois en France et à l’international. La politique de recrutement d’Intelcia témoigne de sa volonté d’inclusion : 74 % des collaborateurs recrutés en 2023 ont 30 ans ou moins, et 33 % sont des personnes dites éloignées de l’emploi, recrutées dans le cadre de dispositifs comme la Préparation Opérationnelle à l’Emploi (POE) en France. Afin de favoriser l’employabilité de ses collaborateurs, Intelcia s’appuie sur deux académies de formation interne et le déploiement régulier d’e-learning. Enfin, Intelcia met en œuvre différents dispositifs pour améliorer le bien-être au travail de ses collaborateurs, avec notamment le programme In The Move qui est déployé dans tous les pays et qui rassemble tous les collaborateurs autour d’une large offre de services et d’événements.

Indicateurs clés de performance

RISQUES	PÔLE TÉLÉCOMS 2023	PÔLE MÉDIA 2023	INTELCIA 2023	ERT TECHNO- LOGIES 2023	INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE	2022 ⁽¹⁾	2023
Employabilité & stabilité	66 %	50 %	120 % ⁽²⁾	61 %	Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation au cours de l'année	N/C	98 %
	23,1	15,7	71,5	19,9	Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur ayant suivi au moins une formation au cours de l'année	N/C	58,9
Gestion des talents	971	196	6802	N/D	Nombre de recrutements en CDI	8 253	7 969
	N/D	N/D	33 %	N/D	Part des personnes dites éloignées de l'emploi parmi les nouveaux embauchés	24 %	33 %
	410	98	N/D	N/D	Nombre d'alternants recrutés	488	508
	15 %	7 %	33 %	N/D	Taux de départs volontaires	22 %	26 %
Droits humains et libertés fondamentales	33 %	39 %	54 %	21 %	Part des promotions attribuées à des femmes en CDI	41 %	41%
	39 %	44 %	54 %	28 %	Part des femmes parmi les embauches	51 %	49 %
	UES SFR : 87 % SFR Distribution : 93 %	UES Next : 76 %	98 %	N/D	Index égalité professionnelle ⁽³⁾	N/C	N/C
	341	15	143 ⁽⁴⁾	N/D	Nombre de salariés en situation de handicap	476	499
	4 %	1,8 %	13 %	N/D	Taux d'absentéisme	8,5 %	12 %
	6 %	2 %	N/D	11 %	Taux de fréquence des accidents de travail	5,5 %	6,1 %

N/D : Non-dit ; N/C : Non-consolidé

(1) Les données 2022 ne comprennent ERT Technologies qui a rejoint le format de reporting groupe en 2023

(2) Intelcia forme un nombre de personnes annuellement supérieur à son effectif de fin d'année, témoignant de l'effort de formation sur la population des conseillers clients, population principalement à l'origine du turn over

(3) Index publié en 2023 pour l'année 2022. Périmètre France pour Intelcia

(4) Périmètre Intelcia France

Les objectifs du groupe Altice France

RISQUES	PÔLE TÉLÉCOMS	PÔLE MÉDIA	INTELCIA	ERT TECHNO- LOGIES	OBJECTIFS	2022	2023
Droits humains et libertés fondamentales	X	N/A	N/A	N/A	La représentativité des femmes dans : - les effectifs - le management - les promotions	36 % 30 % 38 %	35 % 30 % 33 %
	X	N/A	N/A	N/A	Réduire l'écart salarial entre les femmes et les hommes, avec une enveloppe budgétaire dédiée ⁽¹⁾	1,8 %	2,6 %
	X	N/A	N/A	N/A	Augmenter le taux d'emploi TH	3,8 %	3,9 %
	X	X	N/A	N/A	Embaucher a minima ⁽²⁾ : - 20 salariés TH par an entre 2023 et 2025 sur le pôle Télécoms - 15 salariés TH entre 2021 et 2023, dont au moins 2 CDI sur le pôle Media	NEW 5 dont 4 CDI	9 8 dont 6 CDI

N/A : Non-applicable ; NEW : Nouvel indicateur

(1) Écart salarial basé sur l'Index égalité professionnel publié en 2023 pour l'année 2022. Périmètre UES SFR

(2) Inclus l'ensemble des contrats

Attraction des talents et insertion des jeunes dans le groupe

I. Intelcia : une politique de recrutement dynamique et responsable, orientée vers la jeunesse

L'identité d'Intelcia est à l'image de la jeunesse qui représente la majorité de ses effectifs. Tous les efforts du groupe sont ainsi mobilisés pour construire une entreprise au plus près des attentes de la jeunesse, notamment en offrant des perspectives d'évolution de carrière en interne.

Intelcia est en croissance constante et a choisi de faire de la diversité et de l'égalité des chances une richesse pour l'entreprise. Ainsi, Intelcia offre des opportunités aux populations dites éloignées de l'emploi, telles que les personnes à faible qualification, celles ayant connu des périodes de chômage ou les seniors. Ces personnes sont recrutées grâce à des partenariats avec des associations et des organisations publiques telles que l'Association Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences (ANAPEC) au Maroc, Pôle Emploi en France, ou encore le Fonds National de l'Emploi (FNE) au Sénégal.

En 2023, ces recrutements ont représenté 33 % de l'ensemble des embauches, et permettent à Intelcia de lutter contre les inégalités tout en renforçant son intégration dans le tissu local.



33 % de personnes dites éloignées de l'emploi parmi les embauches

Dès que l'opportunité se présente, Intelcia noue des partenariats avec les organisations publiques référentes sur ses territoires d'implantation, afin d'ouvrir ses recrutements à des personnes dites éloignées de l'emploi. Des partenariats sont également mis en place avec des établissements de l'enseignement supérieur (écoles, universités, centres de formation, etc.) pour attirer les jeunes talents.

Nombreux partenariats noués



II. Pôles Télécoms et Media

Une dynamique de recrutement sur un marché en tension

Dans la continuité de 2022, l'année 2023 a été marquée pour le groupe Altice France par une forte dynamique de ses recrutements. Près de 1 200 embauches en CDI ont été effectuées sur ses pôles Télécoms et Media, dans un contexte de forte tension du marché de l'emploi et de pénurie des talents, en particulier sur les métiers du numérique et les profils techniques.

Sur l'activité Télécoms, les recrutements se sont portés majoritairement sur les forces commerciales, sur les métiers d'ingénierie et notamment des systèmes d'information - ainsi que sur les fonctions support, comme la finance.

Développement de nouveaux outils et process pour faire face à la pénurie des talents

Conscients de la nécessité d'émerger dans un marché en tension, les pôles Télécoms et Media ont déployé de nouveaux outils et process pour une meilleure expérience des candidats.

En 2023, le pôle Télécoms a poursuivi un dispositif initié depuis plusieurs mois, en mettant en place des sessions de recrutement par « assessment collectif » pour ses forces de vente. Un mode de recrutement « sans CV » permettant aux recruteurs et managers opérationnels de se concentrer sur les compétences, la motivation et les affinités du candidat avec le poste, en l'observant sur une journée lors de mises en situation collectives. Une démarche de recrutement innovante qui permet de valoriser avant tout les compétences et la personnalité de chaque candidat et de gagner en rapidité sur le process de recrutement. En 2023, ces sessions de recrutement ont permis de recruter 70 ingénieurs commerciaux.

Les pôles Télécoms et Media ont également adopté de nombreux outils pour développer leur attractivité, valoriser leurs métiers et les opportunités de carrière, à travers les réseaux sociaux et des plateformes plébiscitées par les jeunes diplômés pour se renseigner sur les entreprises et chercher leur premier emploi.



Afin d'accueillir au mieux les nouveaux salariés, les pôles Télécoms et Media se sont également dotés d'une nouvelle solution d'intégration digitale. Cette solution innovante permet d'accompagner le nouveau salarié sur plusieurs semaines, débutant avant son arrivée dans l'entreprise et se poursuivant tout au long de son intégration. Elle simplifie la découverte de son nouvel environnement professionnel et sa prise de poste.

Une politique d'alternance ambitieuse

Les pôles Télécoms et Media mènent depuis de nombreuses années, une politique volontariste en faveur de l'apprentissage, dans le but d'accompagner et d'encourager les jeunes vers le marché de l'emploi et dans la construction de leur avenir professionnel. Cet engagement est inscrit dans le projet du groupe « Transformation & Ambitions 2025 » et vise à soutenir la dynamique du plan gouvernemental « 1 jeune 1 solution ».

Chaque année, les pôles Télécoms et Media accueillent près de 1 000 étudiants issus des filières numérique, commerce, journalisme, production audiovisuelle, corporate (finance, RH, juridique, etc.).

Au-delà de l'apprentissage de leur métier, les pôles Télécoms et Media offrent aux étudiants une véritable découverte des activités et de la vie de l'entreprise à travers un cycle de visites, de conférences et de nombreux moments de rencontres et d'échanges tout au long de leurs parcours au sein du groupe. En outre, deux journées d'intégration sont proposées chaque année à tous les alternants afin de faire découvrir l'entreprise et d'apprendre à se connaître.

En 2023, 28 % des étudiants ont été recrutés en CDD ou CDI à l'issue de leur expérience d'apprentissage.

Sur les pôles Télécoms et Media, ce sont près de 700 tuteurs qui s'engagent pour développer les compétences des alternants, les accompagner dans leur apprentissage et dans la construction de leur projet professionnel. Chaque année, ces tuteurs sont accompagnés pour leur permettre de réussir au mieux leur mission avec la mise en place d'une formation dédiée et d'un moment d'échange avec l'équipe Relations Ecoles où chacun peut poser ses questions liées au tutorat.

Une série de vidéos donne la parole aux alternants ainsi qu'à leur tuteur et souligne l'importance du tutorat au sein du groupe Altice France.



Cliquez sur l'image pour voir plusieurs témoignages vidéos de binômes tuteurs / alternants

L'alternance : source de diversité dans l'entreprise

Convaincus que la diversité est source de performance pour l'entreprise, les pôles Télécoms et Media impulsent dès l'alternance, une politique volontariste en faveur de l'insertion des personnes en situation de handicap, de la féminisation des métiers du numérique ou encore des jeunes issus des quartiers prioritaires.

Pour accompagner cette démarche, le groupe Altice France a multiplié ses partenariats avec des associations et sa présence à des événements de recrutement inclusif.

« Happy Trainees » pour la 6^e année

En 2023, le groupe Altice France est labellisé « Happy Trainees » pour la 6^{ème} année consécutive sur ses activités Télécoms et Media, dans le cadre d'une enquête menée par ChooseMyCompany.com auprès des jeunes en stage et en alternance au sein de l'organisation. 83 % des étudiants recommandent le groupe Altice France pour l'accueil, la progression professionnelle, l'intérêt des missions, la qualité de l'accompagnement ou encore le plaisir au travail.

CERTIFIED

HappyIndex® Trainees FRANCE 2024

Développement des compétences des collaborateurs afin de porter les innovations d'aujourd'hui et de demain

I. Formation continue et parcours d'intégration chez Intelcia

Deux académies de formation interne, au service des collaborateurs d'Intelcia

Intelcia dispose de 2 académies de formation interne : Intelcia Academy pour les conseillers et Intelcia University pour les managers, qui assurent le déploiement des formations et consolident l'ensemble des processus et données sur la formation dans l'outil My Training.

Les plans de formation pour les conseillers sont définis avec les clients et comprennent une formation initiale et une formation continue interne ou externe.

Côté managers, un catalogue est mis à disposition pour les former, qu'ils soient Chefs d'équipe ou Directeurs.



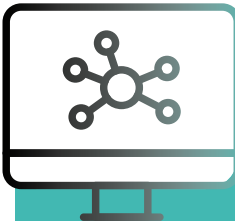
Intelcia University est en charge des formations continues de l'ensemble de l'équipe encadrante Intelcia à travers tout le groupe.



Intelcia Academy, est en charge des formations initiales et continues des conseillers clientèle Intelcia.

Le dispositif est renforcé par une équipe de Design Center en charge de la conception de modules/vidéos

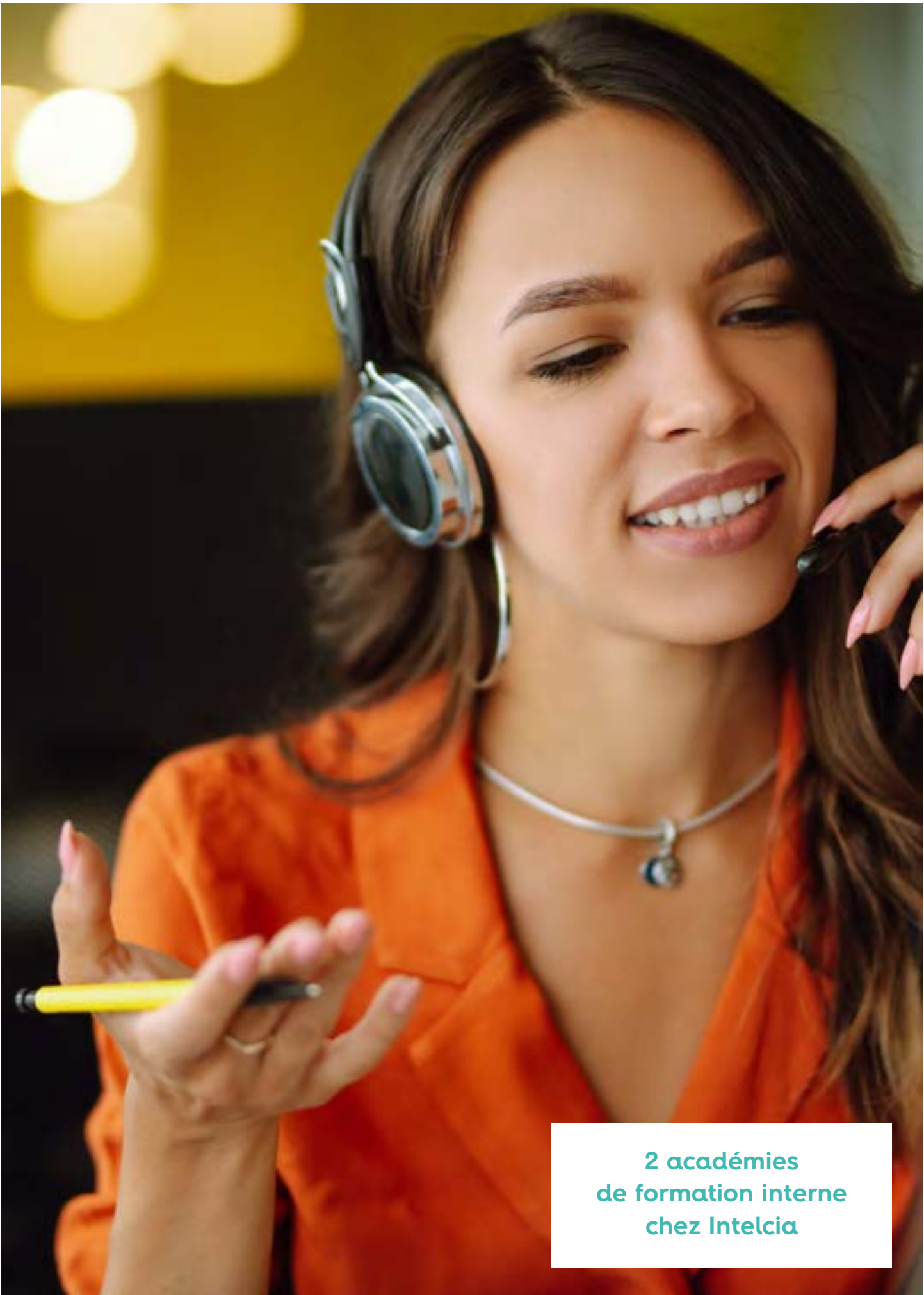
Au total, ce sont plus de 1,5 million d'heures de formation qui ont été suivies par les collaborateurs d'Intelcia en 2023.



Pilotage et suivi du dispositif de formation

Le Département Formation s'est doté de systèmes informatiques pour le pilotage et le suivi du dispositif de formation :

- ◆ My Learning, LMS pour Elearning ;
- ◆ My Training pour la gestion et la planification des formations ;
- ◆ Test'IN Lab permet de reproduire un environnement client SFR (TV, Box, Smartphone, Tablettes...).



2 académies de formation interne chez Intelcia

II. Des parcours d'intégration et formation : une attention particulière dans le contexte de l'Outsourcing

Intelcia porte une attention particulière au parcours d'intégration des nouveaux collaborateurs, qui a été entièrement remodelé et digitalisé. En effet, le nouveau collaborateur doit se sentir attendu et accueilli mais également comprendre rapidement les enjeux de sa mission. L'arrivée des nouveaux collaborateurs, leur intégration dans les équipes et les formations initiales sont ainsi optimisées grâce à un système de On Job Training (OJT), qui explique le métier et présente les interlocuteurs clés pour la réalisation des missions et l'intégration dans le groupe.

De plus, l'Intranet, MyIntelcia, donne accès à de nombreuses informations, tant sur le fonctionnement de l'entreprise, que sur son actualité ou encore ses avantages sociaux. Le collaborateur gagne ainsi en autonomie.



III. Des programmes et outils innovants pour garantir à tous les collaborateurs des pôles Télécoms et Media le développement de leurs compétences

En 2023, 66 % des salariés du pôle Télécoms ont suivi au moins une formation, avec un taux de satisfaction moyen de 90 %.

L'université des métiers, La Fabrique, permet de renforcer les expertises métier des équipes et de développer les compétences de demain, au service de la performance collective.

À travers des programmes de formation, les actions visent à :

- ◆ gagner en expertise ;
- ◆ accélérer les évolutions de carrière ;
- ◆ accompagner les besoins opérationnels ;
- ◆ coopérer efficacement.

La Fabrique s'appuie sur 9 filières d'expertise métier parrainées par des directeurs opérationnels qui permettent de proposer des formations sur mesure et au plus proche des besoins des salariés.

Les programmes emblématiques de la Fabrique



La digitalisation de l'accès à la formation



La digitalisation de l'accès à la formation et l'amélioration de l'expérience utilisateur sont au cœur des enjeux du groupe Altice France. Les pôles Télécoms et Media ont accéléré le déploiement du digital notamment avec plusieurs modules de formation et sensibilisation en ligne sur des sujets tels que la sécurité de l'information, l'anticorruption, la protection des données personnelles, le numérique responsable, ou encore la prévention du sexisme et du harcèlement.

Les 2 000 collaborateurs du réseau de distribution de SFR sont régulièrement formés aux techniques de vente et aux offres via des modules spécifiques et adaptés à leur métier.

Programme managérial



Le groupe Altice France a lancé en 2023 un programme de formation à destination de l'ensemble des managers des pôles Télécoms et Média.

L'objectif est d'accompagner et de former sur les compétences managériales attendues en lien avec les piliers du modèle managérial : faire preuve de leadership, jouer collectif, entreprendre différemment, piloter son activité et manager la performance.

Un module e-learning est accessible à tous les managers ainsi que de nouvelles formations afin de renforcer les pratiques managériales

Accompagner les collaborateurs dans la transition écologique et sociale

Dans un contexte de transition écologique et sociale, la RSE est devenue un impératif pour toutes les entreprises et pour le groupe Altice France. C'est une composante transverse qui impacte tous les métiers et toute la chaîne de valeur. Éco-conception, Achats Responsables, Cybersécurité sont des domaines parmi tant d'autres où la réglementation et l'attente des parties prenantes sont grandissantes. Les pôles Télécoms et Media ont mis en place leur nouvelle filière d'expertise « Responsabilité d'entreprise » pour permettre la montée en compétence de leurs collaborateurs autour de ces enjeux.



MOURAD ARBAOUI
parrain de la filière Responsabilité d'entreprise,
Responsable ESG & Certifications Altice France

« Il est nécessaire de pouvoir accompagner les collaborateurs dans cette transition et de faire évoluer les pratiques opérationnelles pour relever ces nouveaux défis qui s'annoncent importants et structurants. Le rôle de parrain prend tout son sens dans la collaboration avec les directions concernées par ces évolutions et dans la mise à jour de l'offre de formation. Une bonne formation dispensée, aux bonnes personnes, au bon moment est notre leitmotiv. L'accompagnement de nos collaborateurs dans ces évolutions sera assurément un facteur de réussite pour notre entreprise. »

Côté Media, des programmes pour accompagner la transformation des usages et la sécurisation des missions

Dans l'optique d'adopter les nouveaux usages et tendances journalistiques, une formation a été mise en place pour acquérir les techniques de tournage au drone.

Les journalistes ont aussi été accompagnés sur la nouvelle version de Dalet Galaxy 5, une base de données qui permet la recherche, la consultation et la gestion des différents médias.

De plus, afin de protéger les salariés et d'assurer leur sécurité, des programmes de formations ont été déployés :

- ♦ une formation de sécurisation des missions journalistiques afin de permettre aux journalistes d'assurer en toute sécurité leurs reportages sur des terrains sensibles et zones hostiles ;
- ♦ une formation et sensibilisation contre les agissements sexistes et harcèlement envers les journalistes y compris le harcèlement sur le web.



Pôles Télécoms et Media : les collaborateurs accompagnés dans leur évolution au sein du groupe

Une équipe mobilité dédiée propose aux salariés des outils et processus de mobilité professionnelle performants, à travers des accompagnements individuels (ciblage de projet professionnel, outils de marketing de soi, recherche de poste, etc.), mais aussi à travers des ateliers collectifs pour élaborer un CV impactant ou préparer un entretien de mobilité.

Pour assurer la réussite de leur mobilité en interne, les salariés peuvent bénéficier de formations d'accompagnement quand cela est nécessaire.

En 2023 :
40 accompagnements individuels
et 33 ateliers organisés
pour 598 collaborateurs qui ont bénéficié
d'une évolution.



Egalité professionnelle : assurer l'égalité entre les femmes et les hommes

Convaincu que parité et diversité sont des enjeux stratégiques pour le développement des personnes comme pour celui de l'entreprise, le groupe Altice France s'engage en faveur de l'égalité femmes et hommes dans le recrutement et l'emploi, l'évolution professionnelle, l'équilibre des temps de vie ou encore la lutte contre les stéréotypes de genre.

I. Côté Intelcia

Intelcia agit en faveur de l'égalité femmes-hommes par :

- ◆ la formation de l'équipe recrutement à la non-discrimination pour l'égalité de traitement entre les femmes et les hommes tout au long du processus de recrutement ;
- ◆ l'égalité d'accès à la formation et au processus de mobilité ;
- ◆ la mise en place d'assessment centers assurant la sélection des candidats aux promotions sur la base des compétences ;
- ◆ l'assurance de l'équité salariale et de la non-discrimination dans le cadre de congés maternité ;
- ◆ la mise en place d'une Commission d'égalité constituée d'élus du Comité Social et Economique (CSE) se réunissant au moins une fois par an ;
- ◆ la signature d'un Accord d'Egalité professionnelle et de Qualité de Vie au Travail ;
- ◆ la signature d'une Politique de Diversité via laquelle Intelcia s'engage à promouvoir et à faire respecter les principes d'inclusion, d'équité et notamment d'égalité femmes-hommes.

Enfin, Intelcia a lancé fin 2023 un module en e-learning visant à sensibiliser les collaborateurs contre le harcèlement moral et sexuel, et contre les discriminations en tout genre. En définissant ces notions et en proposant des ressources pour lutter contre ces comportements, le module d'e-learning a pour but d'aider les collaborateurs d'Intelcia à mieux savoir comment agir face aux situations à risque.

Intelcia Groupe est signataire d'une Charte Diversité France, de la Charte de la diversité des genres au Maroc. L'entreprise est membre fondateur de l'African Business Leaders Coalition des Nations Unies, et membre du Pacte Mondial de l'ONU.

Quelques chiffres clés pour Intelcia :

- ◆ Près de 56 % de femmes composent les effectifs pour 44 % d'hommes ;
- ◆ 58 % de femmes dans les embauches ;
- ◆ 44 % de promotions attribuées à des femmes ;
- ◆ l'Index Egalité en France est de 95/100.

II. Côté Télécoms et Media

Les pôles Télécoms et Media poursuivent et enrichissent les actions menées depuis plusieurs années en faveur de la mixité et de l'égalité professionnelle.

En 2023, un accord « égalité professionnelle et équilibre vie privée - vie professionnelle » a été signé sur le périmètre de l'UES SFR. Outre les engagements pris dans cet accord concernant la féminisation des effectifs, l'équité salariale ou encore l'équilibre de vie des salariés, le pôle Télécoms accélère le développement de son programme « Carrières au féminin » en multipliant les dispositifs de développement dédiés aux femmes.

Féminiser les filières techniques et accompagner les femmes vers les postes à responsabilité

Le programme « Carrières au féminin » vise deux objectifs majeurs pour les pôles Télécoms et Media : la féminisation - en particulier sur les filières techniques - et l'évolution professionnelle des femmes.

- ◆ L'année 2023 a été marquée par la signature d'un partenariat avec l'association Elles Bougent, afin de susciter des vocations pour les filières techniques chez les jeunes filles dans les collèges ou lycées.
- ◆ Chaque année plusieurs femmes salariées ont la possibilité de suivre un programme de développement professionnel, l'Effet A, pour permettre d'affirmer leur ambition. Un programme en 100 jours qui explore les notions de confiance, de prise de risque et d'influence, au profit de leur développement de carrière.

En parallèle, le groupe Altice France valorise aussi cet enjeu de transformation majeur pour l'entreprise et la société en interne. Les pôles Télécoms et Media ont lancé une formation HF management - en cordée - pour une quinzaine de salariés. L'objectif : les former, entre pairs, à la thématique de la mixité et de l'égalité professionnelle pour devenir acteur du changement et faire bouger les lignes dans leur environnement professionnel et personnel.

Signature de la Charte pour une plus grande égalité femmes-hommes dans les rédactions sportives par RMC Sport

En tant qu'acteur majeur du journalisme sportif en France, RMC Sport s'engage à travers une politique volontariste et affirmée, pour que les femmes trouvent toutes leur place dans les rédactions sport du groupe Altice France. Cette charte prévoit des actions concrètes et positives pour recruter plus de femmes, sensibiliser les parties-prenantes, lutter contre les stéréotypes de genre, réduire les écarts de salaire et promouvoir plus de femmes aux postes de direction.



Convaincus qu'il faut s'engager et faire bouger les lignes collectivement, les pôles Télécoms et Media soutiennent et participent à deux événements majeurs pour l'inclusion et la diversité. Les Assises de la Parité et le Sommet de l'inclusion économique qui réunissent une coalition d'acteurs engagés - entreprises, associations, institutions, etc.

Voir la vidéo d'Arthur Dreyfuss, PDG du groupe Altice France, pour les Assises de la Parité 2023

Le groupe Altice France mobilisé pour la Journée internationale des droits des femmes



Les pôles Télécoms et Media ont organisé le 8 mars une table ronde dédiée aux carrières au féminin. Animée par la journaliste Apolline de Malherbe, cette table ronde a réuni plusieurs salariés des deux pôles, ainsi qu'Arthur Dreyfuss PDG du groupe Altice France. Comment assumer son rôle dans un environnement technique, lutter contre le plafond de verre, recruter et faire évoluer, s'engager pour l'insertion professionnelle des jeunes, etc. faisaient partie des sujets traités. Des échanges qui ont permis de rappeler aux salariés l'engagement fort des pôles Télécoms et Media sur cet enjeu sociétal majeur.

Côté Intelcia, une émission faisant intervenir le Directeur des Ressources Humaines Intelcia Groupe, Saad Berrada, et la Directrice de la Marque et de l'Engagement Intelcia Groupe, Nadia Ben Bathane a été diffusée sur la InRadio (radio Intelcia) à destination de tous les pays de la région francophone. L'objectif de cette émission : rappeler l'engagement quotidien d'Intelcia en faveur de l'égalité femmes-hommes et inscrire la Journée internationale des droits des femmes dans une perspective plus large.

Des actions spécifiques ont aussi eu lieu dans les différents pays d'implantation d'Intelcia. Au Maroc, une conférence a été organisée le 8 mars avec We4She, une association de femmes dirigeantes œuvrant pour l'amélioration de la représentation des femmes dans le milieu de l'entreprise. Au Cameroun, en Côte d'Ivoire et au Sénégal, différentes actions ont été organisées tout au long du mois de mars : conférences et discussions avec des personnalités féminines inspirantes, promotion des femmes entrepreneures lors de foires commerciales ou encore séance de coaching orientée autour de la gestion du stress et du leadership féminin.

Mes Solutions Family pour une meilleure conciliation vie professionnelle – vie personnelle



La plateforme « Mes Solutions Family » aide les salariés dans l'organisation de leur quotidien, grâce à des services et contenus adaptés à toutes les étapes de la vie familiale : solutions ponctuelles et aides à la recherche de garde d'enfant, soutien scolaire, accompagnement dédié aux salariés aidants, offres à tarifs préférentiels pour de nombreux services (aide à domicile, ménage, conseil d'orientation...) ou enfin des conférences et articles gratuits tout au long de l'année.

Prévention des agissements sexistes et des violences faites aux femmes



Dans la continuité des actions de sensibilisation réalisées auprès des salariés des pôles Télécoms et Media ces dernières années, le groupe a lancé en 2023 une campagne de sensibilisation sur le sexisme et le harcèlement au travail, relayée via différents supports à l'attention de tous les salariés :

- ♦ une campagne d'affichage – imprimée et digitale – qui met à mal les stéréotypes et idées reçues encore trop fréquents et rappelle les process et interlocuteurs internes pour que chacun puisse réagir ;
- ♦ un module e-learning pour comprendre précisément les concepts d'agissement sexiste, harcèlement moral et harcèlement sexuel, en reconnaître les signes et savoir réagir ;
- ♦ Une conférence « Détendez-vous, nous sommes toutes et tous sexistes », animée par une spécialiste de la parité et du sexisme, qui interroge le poids de nos stéréotypes de genre dans nos comportements au travail, suivie par près de 1 500 salariés.

Comme chaque année, le groupe Altice France s'est mobilisé pour la journée de lutte contre les violences faites aux femmes le 25 novembre à travers ses médias. Les chaînes du groupe ont diffusé le spot d'appel aux dons et des programmes dédiés à cette thématique.



Accompagnement de l'emploi des personnes en situation de handicap

I. Engagement en faveur des travailleurs en situation de handicap

Depuis plus de 20 ans, le groupe Altice France s'engage pour l'inclusion et l'égalité des chances au travers d'engagements forts pour accompagner les salariés en situation de handicap, en termes de maintien de l'emploi, d'intégration, de sensibilisation et d'évolution professionnelle. Le groupe Altice France favorise également les emplois indirects à travers l'achat de services publics et de produits auprès d'entreprises du secteur protégé et adapté telles que Handicall⁽¹⁾, Log'ins⁽²⁾, Ap'aips⁽³⁾ ou Deafi⁽⁴⁾.

Côté Télécoms et Media

Signataires d'accords d'entreprise, les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France mobilisent des moyens importants afin de soutenir les actions de recrutement, d'intégration et d'accompagnement d'un plus grand nombre de salariés en situation de handicap. Ceci s'illustre en particulier par des aménagements de poste de travail, un accompagnement spécifique dans l'évolution professionnelle ou encore des jours d'absence autorisés.

Côté Intelcia

Sur son périmètre français, Intelcia intègre des engagements forts pour garantir l'intégration de salariés en situation de handicap dans le groupe :

- ◆ une référente Handicap a été nommée avec des relais handicap présents sur chaque site ;
- ◆ le suivi au plus près des recommandations de la médecine du travail quant aux aménagements d'horaires ou à la mise à disposition de support anti-troubles musculosquelettiques ;
- ◆ l'accompagnement des salariés disposant d'une reconnaissance de travailleur handicapé dans l'aménagement de leur position de travail (fauteuils ergonomiques, écrans d'ordinateurs, etc).



En 2023, une Politique de Diversité a été adoptée, par laquelle Intelcia s'engage à promouvoir et à faire respecter les principes d'inclusion et d'équité à tous les niveaux de la vie en entreprise : recrutement, rémunération, promotion et mobilité, formation, environnement de travail, etc.

II. Sensibilisation des collaborateurs sur le handicap

La Mission Handicap du groupe Altice France et son réseau de référents handicap animent chaque année des opérations d'information et de sensibilisation des collaborateurs pour contribuer à lever les stéréotypes et préjugés sur le handicap. Ces actions ont aussi pour but d'encourager et faciliter les démarches des salariés qui voudraient faire reconnaître leur situation de handicap. En outre, dans un contexte de tension du marché de l'emploi et de rareté des compétences, le groupe a décidé de renforcer ses dispositifs de recrutement afin de se doter de tous les moyens nécessaires pour accroître significativement le recrutement des personnes en situation de handicap.

Les défis de la Mission Handicap

Parmi les actions de sensibilisation majeures de l'année 2023, et à la suite du succès des éditions précédentes, la Mission Handicap a lancé un nouveau challenge de marche sportif, collectif et solidaire. En équipe et collectivement, les collaborateurs se sont mobilisés pour faire le plus de pas possible.

A un an des Jeux Paralympiques Paris 2024, la Mission Handicap a choisi d'orienter le challenge autour du handisport, avec à la clé des places à gagner pour les Jeux Paralympiques.

Grâce à la participation et à l'engagement de plus de 1 000 collaborateurs, les pôles Télécoms et Media ont pu verser 10 000€ à l'Association pour la Recherche sur la Sclérose Latérale Amyotrophique (ARSLA), plus connue sous le nom de « maladie de Charcot ».



Table ronde « Comment allier sport de haut niveau et handicap »

La Mission Handicap a convié deux athlètes handisport Paul Singer et Nantenin Keita à une table ronde interne, animée par Pierrick Taisne, Directeur adjoint de la rédaction news RMC Sport. Soutenus par les collaborateurs du groupe Altice France lors de la précédente édition du challenge de marche, ils sont venus partager leur quotidien de sportif de haut niveau, l'exigence physique, la résilience et la performance.



(1) Centre d'appels : <https://www.handicall.fr/>
(2) Entreprise de logistique : <http://log-ins.fr/>
(3) Services aux entreprises : <http://www.apaips.com/>
(4) Centre de relation client adapté aux personnes sourdes ou malentendantes.

Formation et accompagnement des parties prenantes internes

Le groupe Altice France met en place des accompagnements spécifiques pour former les différentes parties prenantes de l'entreprise au thème du handicap :

- ◆ les managers du groupe concernés ont été conviés à une formation « Manager un collaborateur en situation de handicap » ;
- ◆ l'ensemble des recruteurs et RH ont suivi en 2023 une formation « Réussir les entretiens et les intégrations des collaborateurs en situation de handicap » ;
- ◆ des formations dédiées peuvent être mises en place pour les collaborateurs en situation de handicap ;
- ◆ enfin, la Mission Handicap a permis, en 2023, à 20 salariés de se former à cette question, à travers 2 cordées « Handimanagement », leur permettant ainsi de devenir des relais opérationnels de la Mission Handicap au sein de leur environnement professionnel.

Actions au service d'un recrutement plus inclusif



Afin de répondre à son enjeu de recrutement de personnes en situation de handicap, le groupe Altice France déploie de plus en plus d'actions, en participant par exemple chaque année aux deux éditions du salon virtuel Hello Handicap.

En 2023, le groupe a également participé à 2 forums organisés à l'occasion des mondiaux de para athlétisme et des mondiaux de rugby fauteuil.

Depuis 2023, toutes les offres d'emploi du groupe sont diffusées sur l'AGEFIPH, un site référent en matière d'emploi des personnes en situation de handicap.

Tous acteurs de l'inclusion

Des collaborateurs en situation de handicap et leur manager ont accepté de se prêter au jeu de la vidéo pour témoigner de la place du handicap dans leur relation de travail.

Pour Pierre, reconnu salarié handicapé, la RQTH lui a permis de bénéficier d'un accompagnement matériel et managérial adapté. Son conseil : oser affirmer son handicap !

Gautier est en alternance au sein de la Mission handicap, auprès de Domitille depuis septembre 2022. Sa plus grande fierté : prouver qu'il pouvait s'insérer dans le milieu professionnel.



La représentation du handicap sur les antennes

Altice Media se distingue en tant que premier groupe média à fournir un compte rendu annuel à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom) sur la représentation du handicap à l'antenne. Le rapport de l'année 2023 répertorie plus de 300 sujets en lien avec cette thématique sur les chaînes nationales et régionales du groupe. Cette analyse permet de suivre l'évolution des sujets abordés et de valoriser la diversité des angles utilisés pour traiter cette thématique.

Un dialogue social pragmatique

Le groupe Altice France s'engage dans le maintien d'un dialogue social pragmatique entre les partenaires sociaux et le Comité exécutif. Et ce, d'autant plus au regard de l'importance des projets stratégiques et organisationnels, nécessaires au groupe pour s'adapter aux exigences et aux évolutions rapides des marchés des télécoms, médias et de l'outsourcing.

I. Le dialogue social au sein des pôles Télécoms et Media



En 2023, les échanges et négociations avec les partenaires sociaux des pôles Télécoms et Media, ont donné lieu à 152 réunions de Comités sociaux et économiques (CSE), ainsi réparties :

CSE Central de l'UES SFR	19	CSE SMR	13
CSE R&SI de l'UES SFR	20	CSE SFR Distribution	15
CSE B2B de l'UES SFR	21	CSE Altice Media	16
CSE B2C & FS de l'UES SFR	22	CSE Azur TV	7
CSE SRR	19		

Les négociations ont permis d'aboutir à la signature de 33 accords, sur les pôles Télécoms et Media, notamment sur les thèmes suivants : négociations annuelles obligatoires (NAO), intéressement – participation, égalité professionnelle et conciliation vie professionnelle – vie personnelle, handicap, etc.

Elections professionnelles 2023

L’UES SFR et SFR Distribution ont procédé en 2023 à leurs élections professionnelles pour renouveler les mandats des membres des CSE. Les collaborateurs se sont largement mobilisés – 71 % de participation sur l’UES SFR et 60 % sur SFR Distribution – permettant d’élire dès le 1^{er} tour leurs représentants.

Les organisations syndicales représentatives UES SFR

CFDT	CFTC	SNT CFE-CGC	SUD	UNSA	FO
22,49 %	17,61 %	4,96 %	1,82 %	52,87 %	0,25 %

Les organisations syndicales représentatives SFR Distribution

CFDT	CFTC	CGT	UNSA
11,50 %	32,01 %	2,56 %	53,92 %



II. Le dialogue social au sein d’Intelcia



Intelcia respecte la loi en matière de dialogue social dans chacun de ses pays d’implantation et veille à maintenir une relation ouverte, constructive et constante avec ses partenaires sociaux.

Intelcia France a signé un accord Dialogue social qui présente toutes les garanties de moyens et règles en vigueur dans l’entreprise. En 2023, certains accords ont été actualisés en accord avec les partenaires sociaux, comme ceux concernant la gestion des carrières.

Au Maroc, en France, au Cameroun, en Côte d’Ivoire ou encore à Madagascar, 100 % des sites disposent de délégués du personnel. Tous les moyens sont mis à leur disposition dans l’exercice de leur fonction : bureau, tableau d’affichage, adresse mail, etc.

Un dialogue est maintenu avec les représentants du personnel, avec un suivi des décisions prises lors des réunions.

Intelcia veille également à ce qu’ils puissent mener leurs missions dans de bonnes conditions.

Grâce aux négociations avec les partenaires sociaux, l’accord relatif aux NAO a complété les accords toujours en vigueur et signés les années précédentes sur les thèmes suivants : modulation et avenant, dialogue social, CSE, participation, égalité professionnelle et qualité de vie au travail.

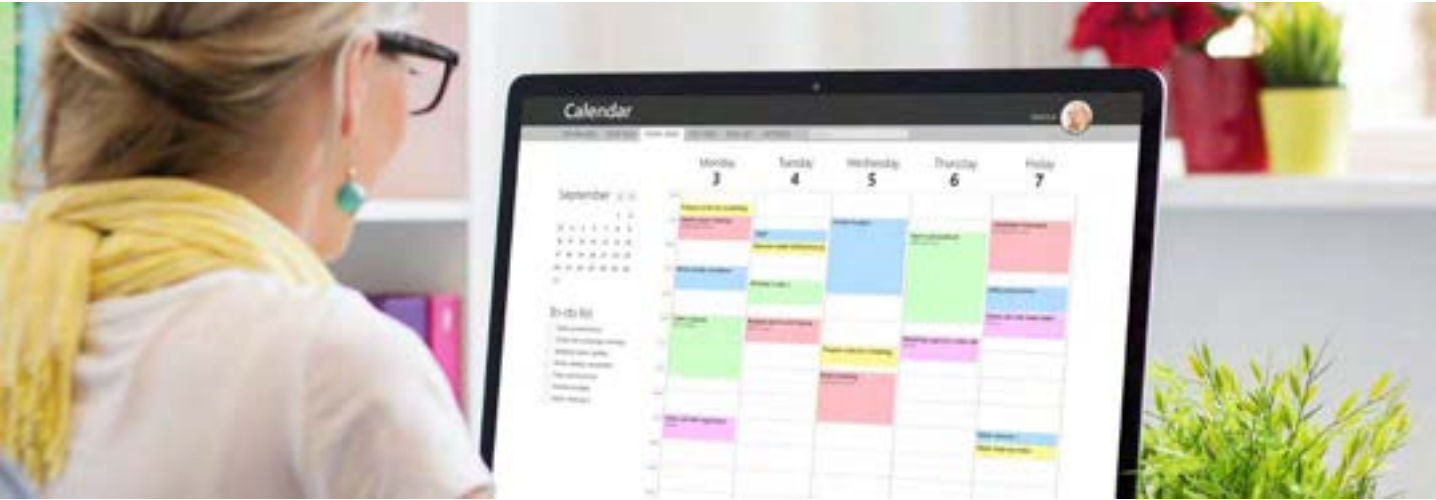
Enfin, au Sénégal, à la Côte d’Ivoire et au Cameroun, Intelcia adhère à des conventions collectives qui encadrent les garanties sociales dont disposent ses collaborateurs :

- ◆ convention nationale collective du commerce au Sénégal ;
- ◆ convention collective interprofessionnelle de la Côte d’Ivoire ;
- ◆ convention collective nationale des télécommunications et activités connexes au Cameroun.

Organisation du travail et rémunération au sein du groupe Altice France

I. L’organisation du travail

Le groupe Altice France respecte les réglementations de ses pays d’implantation concernant l’organisation du travail et a mis en place des mesures pour s’adapter aux spécificités de ses activités dans les différentes zones géographiques où elles sont exercées.



Pôles Télécoms et Media

Les pôles Télécoms et Media favorisent une organisation du travail respectueuse de l’équilibre vie professionnelle et vie personnelle et responsabilisent les collaborateurs dans la gestion de leur temps de travail. La durée du temps de travail effectif est de 35 heures en moyenne et des dispositifs légaux de réduction du temps de travail sont appliqués, avec l’attribution de jours de récupération de temps de travail. Les collaborateurs bénéficient également de congés pour événements familiaux (mariage, décès, déménagement, enfant malade, etc.) et ont, par ailleurs, la possibilité d’ouvrir un Compte Epargne Temps afin d’accumuler des droits à congés rémunérés.

Afin d’accompagner la transformation digitale de l’entreprise et les évolutions récentes des modes de travail, les pôles Télécoms et Media ont fait évoluer leur politique de télétravail, l’étendant à 2 jours hebdomadaires et l’élargissant à un plus grand nombre de bénéficiaires, par exemple les alternants ou encore les collaborateurs et collaboratrices exerçant en 2x8.

Côté Intelcia

Intelcia a mis en place une politique visant à diminuer l’impact des contraintes professionnelles sur la vie privée de ses collaborateurs notamment grâce à des processus visant à l’établissement à l’avance des plannings et à la gestion de leurs modifications, à la gestion du travail de nuit, des jours chômés ou fériés ainsi qu’à une organisation flexible du travail. Dans ce cadre, Intelcia prend en compte les horaires aménagés dont bénéficie une partie de ses collaborateurs et a mis en place un dispositif de télétravail pour l’ensemble de ses sites, en faisant évoluer la sécurité de ses systèmes d’information et en veillant à former ses managers à la gestion d’équipe et au travail à distance. Le télétravail fait donc partie intégrante du mode de travail adopté chez Intelcia, avec des adaptations en fonction des législations de chaque territoire d’implantation. Des Chartes du Travail à Domicile visant à encadrer cette nouvelle pratique ont été signées ou sont en cours d’adoption dans les différents pays où Intelcia est présent. C’est le cas pour Intelcia France depuis fin 2022.

De plus, un système de rotation garantit des week-ends chômés pour l’ensemble des fonctions dont l’activité s’exerce 7J/7 et les préférences des agents sont prises en compte lors des événements exceptionnels tels que les fêtes religieuses et les jours fériés. Enfin, Intelcia veille à prendre en compte les situations exceptionnelles spécifiques à ses pays d’implantation comme les périodes d’élections ou de couvre-feu.

II. La politique de rémunération du groupe Altice France

Côté Télécoms et Media

Les pôles Télécoms et Media proposent à leurs collaborateurs une politique de rémunération garante d’une équité de traitement et basée sur les performances individuelles comme collectives.

La rémunération des collaborateurs est composée des éléments suivants :

- ◆ un salaire fixe de base brut reflétant l’expérience et les responsabilités du collaborateur ;
- ◆ une rémunération variable pour valoriser la contribution individuelle ;
- ◆ des montants d’épargne salariale (intéressement et/ou participation) pour associer les collaborateurs à l’atteinte des résultats et réalisations du groupe.

Le taux de part variable théorique varie en fonction de l’emploi occupé, afin de tenir compte du niveau de responsabilité du salarié et de son influence sur le résultat final de l’entreprise.

Le pourcentage de part variable attribué tient compte de l’atteinte des objectifs déterminée lors de l’Entretien annuel des objectifs.

Les collaborateurs bénéficient d’une protection sociale à travers un régime de frais de santé et de prévoyance et ont accès à un dispositif d’épargne retraite collectif, avec un abondement de l’entreprise.

Comme en 2022 et compte tenu du contexte d’inflation, une prime exceptionnelle de partage de la valeur a été versée en 2023.



Côté Intelcia

Intelcia a établi des règles de rémunérations fixes et variables. Une grille de classification des salaires par grade et statut existe dans tous ses pays d’implantation. Les salaires fixes des conseillers dépassent le plus souvent le Salaire Minimum de Croissance (SMIC) local de chaque pays, comme au Maroc ou à Madagascar. En 2020, une matrice d’augmentation salariale a été mise en place lors des évaluations annuelles permettant d’octroyer un pourcentage d’augmentation suivant l’écart salarial et le niveau de performance.

En France, une prime additionnelle liée à l’ancienneté (à partir de 4 ans de présence dans le groupe) a été négociée lors des Négociations Obligatoires dans l’Entreprise. Tous les sites disposent également d’un dispositif de tickets restaurant, de prise en charge d’une partie des frais liés aux transports via une prime ou le remboursement d’une partie des abonnements aux transports en commun.

Dans tous ses pays d’implantation en dehors de la France, Intelcia propose des dispositions plus avantageuses que ce que prévoit la réglementation en termes de maladie, accidents du travail, maternité et paternité, retraite complémentaire et prévoyance. A titre d’exemple, au Maroc, les congés liés aux mariages et aux décès sont plus avantageux par rapport à ceux de la législation nationale et une caisse de solidarité interne pour accompagner les collaborateurs et collaboratrices dans ce type d’événements a été mise en place. Au Sénégal, en Côte d’Ivoire et au Cameroun, les couvertures médicales privées plus avantageuses que celles étatiques ont été mises en place.

Bien vivre ensemble

I. Le bien vivre ensemble au sein des pôles Télécoms et Media

La politique de prévention santé et de sécurité au travail

Les pôles Télécoms et Media disposent d’une organisation dédiée à la prévention des risques en matière de santé et sécurité des collaborateurs et à l’amélioration de leurs conditions de travail. Un système de management Santé Sécurité est en place, dont les principes reposent sur :

- ◆ le renforcement des actions de prévention interne et externe de la sécurité des personnes sur les périmètres comportant le plus de risques (déploiement et exploitation des réseaux télécoms et activités liées aux médias). Elles se traduisent par des audits, des actions de remédiation en cas de risques ou de non-conformités relevées lors des audits, des formations régulières des collaborateurs, etc. ;
- ◆ une approche globale de maîtrise des risques de coactivité sur tous les sites tertiaires hébergeant différentes entités du groupe Altice France avec l’élaboration de consignes communes de prévention santé et sécurité santé et l’établissement de plans de prévention ;
- ◆ les mises à jour régulières des évaluations des risques professionnels suivant une méthodologie commune, retranscrites dans chaque Document Unique d’Evaluation des Risques Professionnels (DUERP), notamment les risques d’incendie liés aux batteries au lithium et la mise en place d’un observatoire paritaire des conditions de travail ; auxquelles sont associés tous les acteurs internes de la prévention ;
- ◆ la réalisation systématique d’analyse des causes lors d’incidents ou d’accidents majeurs sur les sites ou les infrastructures.

Les dernières années ont notamment mis en évidence :

- ◆ une amélioration globale relative aux accidents de travail et de trajet, avec une diminution tant du volume que des taux de fréquence / gravité par rapport à 2019 (année de référence avant le covid) ;
- ◆ une amélioration globale de la sinistralité routière sur les véhicules du parc automobile ;
- ◆ un volume de 1 346 formations dédiées à la sécurité des personnes en 2023 ;
- ◆ un niveau de dépenses stable consacrées à l’hygiène et à la santé, à la sécurité des sites, aux conditions de travail et aux formations.

Des temps d’échange et de partage tout au long de l’année

Les pôles Télécoms et Media mettent en place un certain nombre d’actions pour favoriser l’échange avec les collaborateurs et partager avec eux autour du projet, de la stratégie et des résultats de l’entreprise :

- ◆ des échanges sont régulièrement organisés entre les membres du Comité Exécutif et les 500 top managers du groupe ;
- ◆ le « Café du Comex » a été mis en place en 2023, sur le campus et sur d’autres sites du groupe dans toute la France. C’est un rendez-vous informel permettant aux collaborateurs d’échanger librement avec un membre du Comité exécutif, autour des actualités, des avancées et des défis du groupe.



Des dispositifs d’accompagnement, de prévention et de sensibilisation

Des dispositifs d’accompagnement et de soutien, strictement confidentiels, sont à disposition des collaborateurs qui rencontrent des difficultés professionnelles ou personnelles :

- ◆ une cellule d’accompagnement et de soutien disponible gratuitement par téléphone 24h/24 et 7j/7 ;
- ◆ des permanences psychologiques sur site ou des suivis individuels psychologiques en cabinet de ville ;
- ◆ un accompagnement des assistants sociaux du travail ;
- ◆ une rubrique Intranet « Bien vivre ensemble », avec l’ensemble des informations utiles et la liste des professionnels internes et externes à disposition.

En 2023, face à la violence de la situation du conflit au Proche-Orient, le pôle Media a mis à la disposition de tous les salariés exposés une permanence psychologique dédiée en plus des dispositifs existants.

La promotion des activités physiques et sportives

Conscients de l’importance de la santé et du bien-être physique des salariés, les pôles Télécoms et Media soutiennent la promotion de l’activité sportive, à travers plusieurs actions concrètes :

- ◆ sponsor de l’association sportive SFR pour permettre aux salariés adhérents de bénéficier de cours de sport et de se réunir autour de défis sportifs ;
- ◆ engagement de nos chaînes dans des opérations de valorisation du sport, notamment la lutte contre le dopage et la valorisation du sport féminin ou des compétitions handisport, avec RMC, radio officielle des Paralympiques Paris 2024 ;
- ◆ Altice Media participe chaque année à l’opération « Sport féminin toujours », initiée par le CSA⁽¹⁾ dès 2014, avec l’ensemble des télévisions et radios de France. Cette semaine spéciale met plus largement en lumière l’engagement, toute l’année, des antennes RMC et BFM pour faire vivre la pratique féminine du sport et faire entendre les voix des sportives.

(1) Aujourd’hui ARCOM

II. Chez Intelcia, le bien vivre ensemble s’appuie sur la formation des managers et la diffusion de la culture du groupe

Managers et encadrants : des relais essentiels au bien vivre ensemble

Pour garantir le bien vivre ensemble au sein de ses équipes, Intelcia porte une attention particulière aux managers et encadrants. Ainsi, un plan de formation spécifique leur est dédié, ainsi qu’une formation systématique aux valeurs du groupe.

Tous les managers sont également sensibilisés aux sujets d’éthique et de non-discrimination, à travers le Code éthique, les campagnes de sensibilisation et les e-learning prévus à cet effet.

Enfin, dans le cadre des Talent Reviews, un nouveau leadership modèle a été utilisé, fondé sur 8 compétences dont la compétence « Agir avec bienveillance et équité ».

Des enquêtes de satisfaction pour mieux prendre en compte les attentes des collaborateurs

Dans une logique d’écoute et d’amélioration, Intelcia interroge chaque année tous ses collaborateurs via son enquête « Tell Us », afin de mesurer leur bien-être et mieux cerner leurs attentes. Confidentielle, cette enquête permet d’évaluer leur niveau de satisfaction par rapport notamment :

- ◆ aux conditions de travail, y compris de télétravail ;
- ◆ à l’efficacité des services de support internes ;
- ◆ au management et à la gestion des projets ;
- ◆ aux responsabilités et au niveau de rémunération ;
- ◆ aux facteurs de motivation et expériences personnelles ;
- ◆ à l’équilibre vie privée - vie professionnelle ;
- ◆ à la responsabilité d’entreprise et l’éthique.

En 2023, le taux de satisfaction des collaborateurs évalué grâce à Tell Us atteignait 65.3 %.

En parallèle de cette grande enquête annuelle, plusieurs autres mini-enquêtes sont organisées et partagées avec les collaborateurs afin de mesurer leur satisfaction quant aux différentes campagnes ou événements qui leur sont destinés.



Des actions et programmes centrés sur le bien-être, les activités sportives et la création de lien

L’enjeu du bien-être au travail est crucial dans le secteur d’activité d’Intelcia. Aussi, Intelcia a mis en place de multiples événements pour renforcer la convivialité sur ses sites et entre ses collaborateurs, tels que :

- ◆ **Vendredi ‘IN** : animations sur les sites autour de thèmes différents, célébration des occasions spéciales ;
- ◆ **Anniversaire du mois** : célébration des anniversaires de collaborateurs tirés au sort ;
- ◆ **Semaine du bien-être** : une semaine par an autour du bien-être en juin, avec des ateliers, des webinaires, des contenus, des cours de sport, sur tous les sites Intelcia en même temps ;
- ◆ **Rubrique Feel’In Better sur l’Intranet** avec partage d’articles autour du bien-être et du développement personnel sur une base hebdomadaire ;
- ◆ **Comités d’animation sites** : sur chaque site, des collaborateurs identifiés forment un comité qui recense et répond aux besoins spécifiques du site en matière d’événements et d’animation.



Intelcia promeut également un mode de vie sain et la pratique d’activités sportives auprès de ses collaborateurs grâce au programme In The Move, dont les piliers sont « Eat healthy – Get active – Be mindful – Take action ». Lancé courant 2022, le programme In The Move comprend à la fois une plateforme digitale regroupant une large offre de services (cours de sports, ateliers yoga, conseils sur la nutrition, etc.), des événements sportifs et un dispositif complet de sensibilisation des collaborateurs (newsletter mensuelle, interventions sur la InRadio, etc.).



Le Top Management d’Intelcia participe à la Botola pour le match de gala « Médias vs Managers d’Intelcia »

les pays et de tous les niveaux hiérarchiques. La participation des collaborateurs d’Intelcia aux événements sportifs organisés dans le cadre d’InTheMove a permis à Intelcia Maroc d’être élue pour la 2^e année consécutive l’Entreprise Sportive de l’Année par la Fédération Marocaine des Professionnels du Sport lors de la cérémonie des Morocco Sports Awards.

Par exemple, l’édition 2023 de la Botola Intelcia, le plus grand tournoi de football inter-entreprises au Maroc, a été organisée et animée dans le cadre du programme InTheMove. Cette année, la Botola Intelcia a vu s’affronter 129 équipes, soit près de 1300 collaborateurs, un record depuis le lancement de la compétition en 2014. L’édition 2023 a aussi été celle du lancement de la Botola féminine, avec la participation de 8 équipes de collaboratrices.

Depuis son lancement, le programme InTheMove rencontre un succès certain auprès des collaborateurs Intelcia. Un groupe d’ambassadeurs s’est même constitué, rassemblant des collaborateurs de tous

Enfin, des programmes et animations spécifiques sont dédiés à renforcer la proximité avec le management et la transparence :

- ◆ plusieurs instances de partage avec le management du groupe autour des actualités de l’entreprise (Townhalls meetings, Annual Management Meetings et Quarterly Management Meetings) ;
- ◆ les Cafés Matins : instances d’échanges des collaborateurs avec les dirigeants des pays ou sites pour la remontée et le partage de leurs préoccupations quotidiennes et mise en place des actions correctives ;
- ◆ les applications d’échanges sur l’Intranet : MyAlert, ChatRH, MySuggestions, Help’In ;
- ◆ le programme ambassadeur ou Intelcia Advocacy Program : principalement actif sur LinkedIn, il donne la parole à des collaborateurs volontaires qui partagent leur expérience du secteur et chez Intelcia. La participation au réseau d’ambassadeurs inclut un dispositif d’accompagnement en matière de formations relatives au digital (copy- writing, règles élémentaires de création de contenu, utilisation de plateforme pour la conception de visuels, etc.) et des évènements conviviaux (Shooting, afterwork, etc.).
- ◆ une Radio d’entreprise, InRadio, qui émet sur 8 pays, avec 17 émissions par semaine ;



Le groupe Altice France, engagé en faveur d’une éthique partagée des affaires et des données



Le groupe Altice France place les règles et les principes de l’éthique au cœur de ses relations économiques et commerciales. Cet engagement se traduit par la mise en place et l’évolution des pratiques éthiques, notamment en matière d’achats responsables, de lutte contre la corruption et le trafic d’influence ainsi que de sécurité de l’information et de la protection des données personnelles de ses clients.

Ethique des affaires

Le groupe Altice France veille au partage de ses valeurs et de ses principes en matière d’éthique des affaires, et ce, dans l’ensemble de ses filiales notamment au travers de son Code éthique. Une mise à jour du Code éthique a été initiée début 2024 incluant l’ensemble des directions du groupe (la publication est prévue en mai 2024). Les principes et règles du groupe sont déclinés dans chaque entité, en les adaptant, au besoin, aux spécificités professionnelles et géographiques.

I. Une politique d’achats responsables

Afin de réduire les risques environnementaux, sociaux et éthiques tout au long de la chaîne d’approvisionnement et de créer de la valeur pour l’ensemble des parties prenantes, les pôles Télécoms et Media se sont dotés en 2021 d’une politique d’achats responsables. Cette politique évolutive et volontaire est revue chaque année pour refléter au mieux les engagements du groupe et diffuser les pratiques liées à la responsabilité sociétale. Elle se décline en 3 axes.

1. Acheter des produits et services plus responsables afin de réduire les impacts environnementaux.
2. S’impliquer auprès de fournisseurs engagés.
3. Entretenir des relations respectueuses des législations applicables.

1. Acheter des produits et services plus responsables afin de réduire les impacts environnementaux

- ◆ définir des objectifs sur la mise en œuvre des engagements RSE des pôles Télécoms et Media au travers de leurs achats ;
- ◆ identifier les activités les plus génératrices d’émissions de gaz à effet de serre et mettre en place des plans de réduction sur l’achat des produits et services concernés ;
- ◆ acheter des équipements réseaux moins énergivores ;
- ◆ promouvoir l’économie circulaire et une consommation plus responsable grâce à des produits et services développés en ce sens ;
- ◆ former l’ensemble de la direction Achats aux achats responsables et aux engagements RSE du groupe Altice France d’ici à 2025.

Sélectionner des prestations de services et produits plus responsables

Le groupe Altice France s’engage à réduire l’empreinte carbone de ses produits et services et à agir en faveur d’un numérique plus responsable en cohérence avec ses objectifs (cf. Politique bas-carbone et Politique énergétique).
A cette fin, le groupe Altice France a la volonté d’insuffler les meilleures pratiques de production au sein de son écosystème de fournisseurs au travers de la mise en place d’un suivi de leurs performances RSE.

Systématiser la demande de l’Analyse de Cycle de Vie pour les produits à destination des clients et clientes et en tenir compte dans les critères de décision.

Former les acheteurs aux Achats Responsables

Afin de renforcer les compétences des équipes Achats des pôles Télécoms et Media en matière de développement durable, une formation aux achats responsables a été développée et plusieurs sessions se sont tenues au cours de l'année. Le contenu de la formation reprend les préconisations des normes ISO 26000 en matière de développement durable et ISO 20400 relative aux Achats responsables, les engagements du groupe en matière de durabilité, ainsi que plusieurs ateliers de mise en pratique.

Plus de 50 % de la direction Achat formée aux Achats Responsables avec pour objectif d'atteindre 100 % en 2025

2. S'impliquer auprès de fournisseurs engagés

- ◆ intégrer des critères sociaux et environnementaux dans la sélection et le suivi des fournisseurs ;
- ◆ accompagner les fournisseurs dans la mise en place de pratiques sociétales et environnementales responsables ;
- ◆ mettre en place un système de veille réglementaire et s'assurer de la mise en conformité des parties intéressées ;
- ◆ formaliser l'engagement des fournisseurs, au travers de la transmission du Code éthique et de l'intégration systématique de l'Annexe RSE aux contrats ;
- ◆ privilégier les fournisseurs locaux ainsi que les entreprises du secteur protégé et de l'insertion professionnelle.

Evaluer régulièrement les fournisseurs stratégiques

Dans une démarche d'amélioration continue, les pôles Télécoms et Media ont mis en place un processus annuel d'évaluation de leurs fournisseurs et prestataires stratégiques. Il est orienté autour de quatre volets : commercial, opérationnel, RSE et sécurité. Sur le volet RSE, les partenaires sont audités par un organisme tiers indépendant sur leurs mesures et actions sociales, environnementales et éthiques qui vérifie les preuves associées à un questionnaire d'auto-évaluation défini par le groupe sur la plateforme ACESIA du groupe AFNOR. L'organisme tiers indépendant attribue une note de 0 à 100 en fonction de son évaluation. Si nécessaire, la direction Achats effectue un suivi des actions correctives des fournisseurs afin d'améliorer leur performance RSE. Les fournisseurs faisant l'objet de ce suivi sont ceux ayant obtenu une note insuffisante et/ou présentant un écart important avec la moyenne de leur secteur d'activité.

Depuis 2016, 401 évaluations RSE des fournisseurs ont été réalisées

Responsabiliser les fournisseurs

Systématiquement annexée à l'ensemble des contrats-cadres signés par les pôles Télécoms et Media, l'annexe RSE engage les fournisseurs et prestataires à respecter et à se conformer aux dispositions du Pacte Mondial des Nations Unies relatives au respect des droits humains, aux conditions de travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.

D'ici 2025, l'ensemble des audits fournisseurs comprendront des critères environnementaux, sociaux et éthique

3. Entretenir des relations respectueuses des législations en vigueur

- ◆ instaurer un dialogue continu et une relation durable avec l'ensemble des parties prenantes ;
- ◆ lutter contre la corruption et le trafic d'influence ;
- ◆ promouvoir et respecter les Droits humains dans la sphère d'influence du groupe ;
- ◆ lutter contre la discrimination et promouvoir la diversité ;
- ◆ veiller à l'équité financière vis-à-vis des fournisseurs ;
- ◆ donner régulièrement de la visibilité sur les orientations et la stratégie RSE du groupe aux parties intéressées.

Veiller à l'équité financière vis-à-vis des fournisseurs

Les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France ont mis en place un dispositif d'identification et de priorisation pour le paiement des factures émises par les Petites et Moyennes Entreprises (PME) et Très Petites Entreprises (TPE), en cas de manque de trésorerie. Les pôles Télécoms et Media veillent également à lutter contre la dépendance économique, en restant vigilants à ce que le taux de dépendance des fournisseurs, calculé à partir du rapport entre leur chiffre d'affaires réalisé avec le groupe et leur chiffre d'affaires global, ne dépasse pas les 20 %, environ. En cas de dépendance avérée, il est demandé aux fournisseurs de se diversifier. De plus, le groupe veille, dans la mesure du possible, à ne pas augmenter le montant des achats lié à ces fournisseurs.

Identifier les PME et TPE et prioriser leur paiement en cas de manque de trésorerie.



Côté Intelcia

La démarche RSE d’Intelcia inclut déjà des dispositifs permettant de donner une dimension responsable aux achats de l’entreprise. Par exemple, les fournisseurs et/ou prestataires de services locaux, souvent de plus petite taille que les acteurs internationaux, sont privilégiés autant que possible, avec des impacts positifs pour les communautés locales.

Fin 2023, afin de renforcer cette dynamique, 12 acheteurs au sein de la Direction Achats Groupe Intelcia ont suivi une formation de 2 jours sur la thématique des Achats Responsables. L’objectif : leur fournir les connaissances et les outils nécessaires pour mettre en place un processus d’achats intégrant les dimensions sociale et environnementale, et commencer ainsi à étendre la durabilité à la chaîne de valeur d’Intelcia.

II. Tolérance zéro vis-à-vis de la corruption et du trafic d’influence



Dans le cadre de sa démarche éthique et responsable, le groupe Altice France accorde une importance particulière à la lutte contre la corruption et le trafic d’influence. Adoptant un principe de « tolérance zéro » à cet égard, le groupe Altice France s’engage activement contre ces pratiques, quelles qu’en soient les formes et pour l’ensemble de ses activités. Plus spécifiquement et conformément aux dispositions de la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016, dite « Sapin II », le groupe Altice France a mis en place un programme de prévention et de lutte contre la corruption et le trafic d’influence, mis à jour régulièrement par la Direction Conformité.

Bien que le programme soit régulièrement mis à jour, une attention particulière a été portée, suite aux événements de juillet 2023⁽¹⁾, pour garantir que les processus en place soient toujours à jour par rapport aux nouveaux risques susceptibles d’impacter les activités du groupe.

Ce programme se décline comme suit :

- ◆ un code de conduite anticorruption qui définit et illustre les différents comportements à proscrire comme étant susceptibles de caractériser des faits de corruption ou de trafic d’influence. Ce code est annexé aux règlements intérieurs des différentes sociétés du groupe et est disponible sur l’intranet du groupe. Le code de conduite anti-corruption sera mis à jour à la mi-2024, suite à l’actualisation de la cartographie des risques de corruption du groupe ;
- ◆ un régime disciplinaire, permettant de sanctionner les collaborateurs de la société en cas de violation du Code de conduite anticorruption de la société concernée ;

- ◆ un dispositif d’alerte interne destiné à permettre le recueil des signalements émanant des collaborateurs internes et externes et relatifs à l’existence de conduites ou de situations en violation de la loi et/ou du Code de conduite anticorruption de la société. Une évolution de ce dispositif a été initiée fin 2023 et est devenue effective en février 2024. le groupe Altice France a mis en place une plateforme de signalement en ligne interne, permettant à tous ses employés et parties prenantes de faire une alerte. Ce système est disponible sur le site web corporatif du groupe, dans la section Éthique des affaires⁽²⁾. Côté Intelcia, la plateforme d’alerte interne est complétée par un dispositif de signalement accessible à tous : Intelcia Integrity Counts, mis à disposition directement sur le site internet du groupe Intelcia ;
- ◆ une cartographie des risques anticorruption destinée à identifier, analyser et hiérarchiser les risques d’exposition du groupe Altice France à des sollicitations externes aux fins de corruption, selon notamment des secteurs d’activité et des zones géographiques dans lesquels le groupe exerce son activité. Pilier majeur sur lequel repose le programme anticorruption, la cartographie des risques anticorruption du groupe Altice France est conduite par la Direction Conformité qui propose sa mise à jour au Comité exécutif. La cartographie des risques de corruption a été mise à jour en 2023 et devrait être finalisée d’ici mi-2024 ;
- ◆ une procédure d’évaluation des clients, fournisseurs de premier rang et intermédiaires effectuée au regard des risques identifiés par la cartographie des risques anticorruption. La Direction Conformité a procédé à une mise à jour de cette procédure en fin d’année, permettant un renforcement des processus d’évaluation mis en place au regard de ses tiers, notamment en mettant en oeuvre des diligences renforcées à l’égard des tiers ;
- ◆ une politique de cadeaux/invitation et une politique de gestion des conflits d’intérêts. Ces deux politiques ont été mises à jour au début de l’année 2024 et sont entrées en vigueur au début de mars 2024 ;
- ◆ des contrôles comptables dédiés à la détection des actes de corruption et de trafic d’influence, mis en place par la Direction des Affaires Financières ;
- ◆ un dispositif de formation destiné aux cadres et aux personnels les plus exposés aux risques de corruption et de trafic d’influence. En juin 2023, la Direction Conformité a déployé une nouvelle campagne de sensibilisation à destination de tous les employés, utilisant l’e-learning et des formations spécifiques. Suite aux événements de juillet 2023, une nouvelle campagne de formation anti-corruption a été lancée pour les employés les plus exposés ;
- ◆ un dispositif de contrôle et d’évaluation interne des mesures mises en oeuvre.

En complément, tous les collaborateurs du groupe Altice France ont accès à la page Intranet dédiée à la conformité du groupe. Cet espace dédié rappelle la politique du groupe en matière de lutte contre la corruption et le trafic d’influence, notamment grâce à une vidéo de l’instance dirigeante, et met à disposition des collaborateurs la documentation du groupe sur ces sujets (Code de conduite anticorruption, Code éthique et d’engagement, dispositif d’alerte interne, guide pratique, etc.).



(1) À la mi-juillet de cette année, Altice Portugal - une filiale d’Altice International, une société affiliée à Altice France - a appris que le Parquet au Portugal enquêtait sur des allégations de pratiques préjudiciables et de comportements répréhensibles de certaines personnes et entités affectant Altice Portugal et ses filiales.

(2) <https://alticefrance.com/ethique-affaires>

Une déontologie journalistique renforcée par les règles éthiques du groupe

Toutes les entités d’Altice Media ont un cadre déontologique s’appliquant aux journalistes et garantissant leur indépendance éditoriale. Les chaînes du groupe adhèrent à une Charte listant 50 principes (honnêteté, indépendance, impartialité et respect des droits individuels) et sont dotées d’un Comité d’éthique indépendant responsable du suivi du respect de ces principes. Les règles déontologiques suivies par les entités d’Altice Media sont consultables sur les sites Internet du groupe.

Ce respect du cadre déontologique est un pilier pour l’ensemble des rédactions d’Altice Media. Ceci s’illustre notamment par l’amélioration des dispositifs et processus de contrôle ainsi que par le développement d’une formation qui sera dispensée tout au long de l’année 2024 pour l’ensemble des antennes du groupe Altice France.



Ethique des données

I. Pour une gouvernance éthique des données

La sécurité de l’information au sein du groupe Altice France

Le groupe Altice France dispose d’une Politique Générale de Sécurité de l’Information (PGSI) formalisée qui constitue le cadre de référence pour toutes les activités de ses filiales. Inspirée de la norme ISO 27001, elle définit les responsabilités, spécifie les objectifs et énonce les principes généraux en matière de sécurité de l’information.

Revue régulièrement par la Direction Sécurité pour tenir compte des évolutions affectant la sécurité de l’information, cette politique est validée par le Comité exécutif. Elle définit la gouvernance, composée de comités de sécurité qui sont tenus à plusieurs niveaux d’organisation jusqu’à la Direction Générale, de façon récurrente et ad hoc selon l’actualité. Le comité de sécurité groupe, qui assure le pilotage de la sécurité de l’information au niveau décisionnel et dont le Comité exécutif fait partie, s’appuie sur des comités opérationnels de sécurité spécifiques à chaque entité du groupe. Ces comités opérationnels se réunissent sous l’impulsion de leurs Responsables de la Sécurité des Systèmes d’Information (RSSI) au sein des différentes directions du groupe. Cette structure de gouvernance permet une gestion des risques partagée au plus haut niveau et d’octroyer les moyens nécessaires à la sécurité.

La communauté des RSSI est animée par la Direction Sécurité Groupe Altice France au travers de Comités des RSSI. Une liaison concrète et régulière est par ailleurs réalisée entre la Direction Sécurité Groupe Altice France et les RSSI afin d’observer un suivi opérationnel des programmes de sécurité de l’information du groupe. Les enjeux et orientations de sécurité sont ainsi partagés et induisent l’identification de budgets liés à la sécurité de l’information au niveau de la Direction Sécurité Groupe et au sein des entités du groupe.

Une orientation de sécurité partagée au niveau de chaque entité du groupe Altice France permet de définir une stratégie déclinée en programmes de sécurité de l’information. Cette démarche allie une approche par les risques, d’amélioration continue, d’anticipation des menaces, et de veille des obligations légales et réglementaires du groupe. Par ailleurs le contexte réglementaire actuel, en forte évolution (directives Network and Information Security NIS2, Résilience des entités critiques REC, etc.), amène le groupe Altice France à faire progresser ses budgets liés à la sécurité.

La norme ISO 27001 sert de socle pour la gestion de la sécurité au sein du groupe Altice France.

Ses principes de sécurité incluent notamment :

- ◆ la déclinaison en Politiques Locales de Sécurité de l’Information (PLSI) sur différents périmètres du groupe. Des directives de sécurité puis des procédures de sécurité, viennent compléter le référentiel de sécurité, largement accessible aux collaborateurs sensibilisés et formés ;
- ◆ le modèle PDCA (Plan-Do-Check-Act). Ce dernier permet de maintenir et améliorer de façon permanente l’efficacité de ces processus de gestion liés à la sécurité ;
- ◆ une organisation à la fois centralisée (développement de synergies) et au plus proche des collaborateurs : RSSI sur chaque entité du groupe, s’appuyant sur un réseau de correspondants sécurité au plus proche des opérationnels ;
- ◆ une approche dite de « Défense en profondeur » appliquant plusieurs dispositifs de natures différentes : techniques et organisationnelles, préventives, défensives et réactives (à l’image du Centre Opérationnel de Sécurité 7j/7 et 24h/24, relayé par un système d’astreinte et de plans de gestion d’incident ou de gestion de crise testés) ;
- ◆ un contrôle des moyens déployés, sous plusieurs angles : tests (tests d’intrusion, de robustesse, tentatives de phishing, etc.) audits internes, audits de sécurité par des tiers experts. Le groupe fait régulièrement appel à des sociétés expertes en cybersécurité pour auditer de manière indépendante ses systèmes conformément aux meilleures pratiques actuelles (audits clouds, audits de configuration d’équipements, audits de pénétration web, etc.). Ces audits sont réalisés en fonction des risques et des périmètres identifiés chaque année.

Par ailleurs, certaines infrastructures sensibles, définies selon les critères édictés par la loi et validées par les services compétents de l’Etat, bénéficient de politiques de sécurité dédiées, déclinaisons de la PGSI, et de contrôles spécifiques annuels. En complément, dans le but de contrôler certaines clauses fondamentales de la PGSI, les équipes sécurité du groupe Altice France ont lié une collaboration étroite avec les services de l’Etat, des experts de la sécurité de l’information ou encore directement des éditeurs et équipementiers afin de réaliser des contrôles de systèmes critiques.

Le groupe Altice France, commercialisant lui-même des offres de sécurité avancées, bénéficie des expertises et outils aux plus proches des réalités terrain, challengés par ses clients. La veille sécurité est permanente, adossée à des dispositifs internes et externes (fournisseurs, groupes de travail ou de normalisation, retours d’expérience, etc.) et permet le maintien en condition de sécurité au regard des risques.

La protection des données personnelles, au cœur du groupe Altice France

L'année 2023 a été marquée par l'adoption d'une décision très attendue sur les transferts de données personnelles. En effet, en juillet 2023, la Commission européenne a adopté une décision d'adéquation constatant que les États-Unis assuraient un niveau de protection des données personnelles équivalent à celui de l'Union européenne et permettant ainsi sous certaines conditions les transferts de données sans exigence de garanties supplémentaires.

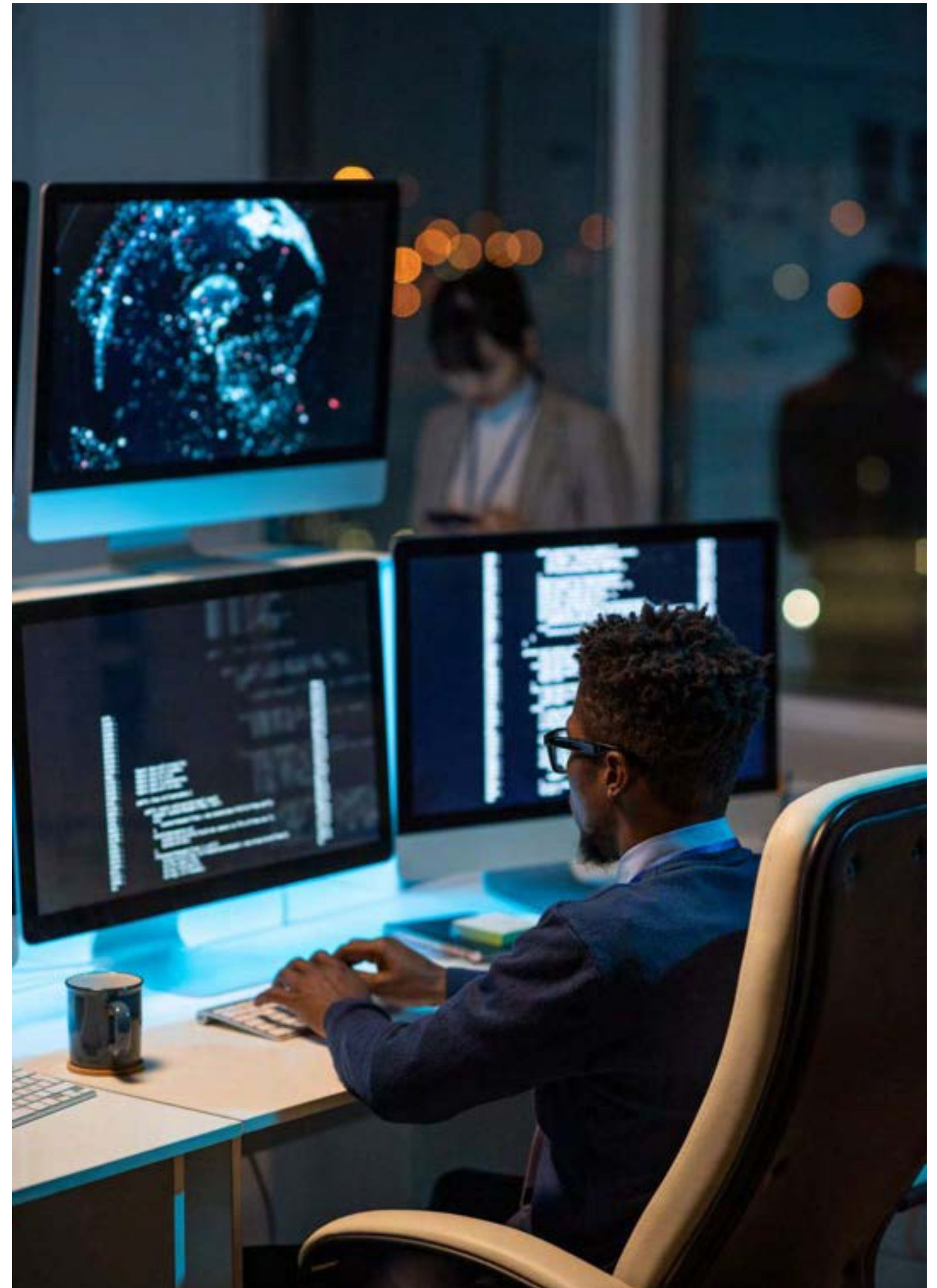
Ce nouveau cadre était évidemment attendu par le groupe Altice France dont la gouvernance de conformité mise en place par le Délégué à la protection des Données (DPO) groupe et les DPO des filiales concernées s'adresse à l'ensemble des directions métiers et implique fortement le Comité exécutif. A ce titre, la protection des données personnelles est considérée comme un enjeu majeur pour le groupe Altice France et fait l'objet d'un suivi attentif des actions par le Comité exécutif, le DPO groupe étant par ailleurs rattaché au Secrétariat Général.

Plus de 5 ans après l'entrée en application du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) et dans un environnement réglementaire en constante évolution, le groupe Altice France s'est attaché en 2023 à consolider les processus de conformité définis au sein du groupe et ajuster les plans d'action au regard de l'actualité française et européenne sur la protection des données.

Ainsi, le groupe Altice France a conduit les principales actions suivantes :

- ◆ une gouvernance de conformité impliquant la création de groupes de travail spécifiques pour assurer un suivi rigoureux des nouveaux sujets d'actualité liés à la protection des données personnelles, par exemple les évolutions sur l'utilisation de Google Analytics, la décision d'adéquation sur les transferts des données vers les États-Unis, les consultations des autorités ;
- ◆ la formation et la sensibilisation des collaborateurs des pôles Télécoms et Media sur lesquelles un accent particulier a été mis en 2023. Un nouvel e-learning sur la protection des données personnelles a été élaboré par la Direction DPO. Accessible à tous les collaborateurs du groupe, son suivi est aujourd'hui obligatoire. En complément, une sensibilisation à ces thématiques est organisée dans le parcours d'intégration de tout nouveau collaborateur. Les ateliers thématiques se sont également poursuivis et les relais bénéficient toujours d'une formation dédiée prodiguée par un organisme extérieur leur permettant de maîtriser les enjeux de la réglementation sur la protection des données personnelles ;
- ◆ la mise à jour et le suivi de la cartographie des traitements, en particulier ceux qui sont réalisés hors de l'Union Européenne ;
- ◆ le partage et l'application systématique par les directions métier du groupe du process d'analyse de conformité pour tout nouveau traitement ou contrat ainsi que l'identification des actions ou formalités exigées par la direction DPO sur la base des obligations réglementaires en relation avec les relais concernés. Ces processus de conformité sont aujourd'hui intégrés dans des dispositifs de validation du projet qui renforcent leur effectivité ;
- ◆ une réalisation des formalités impliquant les directions métiers et les relais de conformité permettant un suivi de conformité au plus près de la réalité des traitements mis en œuvre. Par exemple, la tenue des registres ou la réalisation des analyses d'impact ;
- ◆ l'identification et l'actualisation de pistes d'audit de conformité dont les retours sont partagés avec le Comité exécutif et la mise en œuvre des plans d'action en découlant.

Le groupe Altice France maintient donc son haut niveau d'exigence en termes de conformité et s'attache à ce que la protection des données soit un sujet prioritaire aussi bien pour le Comité exécutif que l'ensemble des collaborateurs tout comme le contrôle de son respect par les DPO du groupe.



II. Sensibiliser et former les collaborateurs

La sensibilisation et la formation à la sécurité de l'information sont des enjeux essentiels pour le groupe Altice France. Différents moyens sont mis en place pour adresser tous les collaborateurs et leur apporter les connaissances nécessaires en matière de cybersécurité, selon leur métier.

Des sessions de sensibilisation régulières et une offre de formation continue en sécurité des données

Au cours des dernières années, la sensibilisation des collaborateurs à la sécurité des données est devenue un enjeu crucial. Les formats et les contenus ont évolué pour s'adapter à tous et diffuser des enseignements actuels et précis. Ainsi, un premier programme de sensibilisation en e-learning avait été lancé en 2021 à l'attention de l'ensemble des collaborateurs des pôles Télécoms et Media. Forts de cette expérience, un nouveau parcours d'apprentissage en ligne a été déployé en décembre 2022. Basé sur une solution de marché adaptée aux spécificités de l'entreprise, il couvre les essentiels de la cybersécurité.

Un e-learning des essentiels de la cybersécurité obligatoire.

En parallèle de cet e-learning sont proposées des sessions ciblées, sur site ou à distance et organisées plusieurs fois par an. La sensibilisation à la sécurité de l'information fait partie intégrante du parcours d'intégration suivi par tous les nouveaux collaborateurs.

Par ailleurs le contenu des sensibilisations est revu chaque année afin d'inclure les problématiques de sécurité de l'information du groupe Altice France au regard de l'évolution des menaces. Cette revue permet également une actualisation des exemples les plus récents d'attaques. Un volet généraliste permet d'aborder l'ensemble des risques de cybersécurité en entreprise et les bonnes pratiques permettant de minimiser ces risques, tandis que des compléments adaptés aux métiers sont ajoutés pour les sessions plus spécifiques.

Afin de mesurer la maturité des collaborateurs, des exercices de phishing sont réalisés : tentative de récupération d'identifiants, pièces jointes piégées, etc. Certains sont dédiés à des groupes d'activité exposés à des risques spécifiques comme les fonctions financières (exemple : fraude au Président).

En complément de ces programmes de sensibilisation, les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France assurent la formation des collaborateurs sur des aspects métiers en lien avec la sécurité de l'information et la cybersécurité (formations constructeurs, ISO 27001, développement, systèmes d'exploitation, etc.). Ces formations sont aussi bien techniques que de gouvernance, opérationnelles que de management avec des acteurs reconnus dans ces domaines et font partie d'un catalogue régulièrement actualisé pour répondre aux besoins en matière de sécurité de l'information. Par ailleurs certaines formations donnent lieu à la délivrance de certifications.



Le Cybermois : un moment privilégié pour s'informer

Depuis 2019, les pôles Télécoms et Media du groupe Altice France font écho au Cybermois, initiative lancée par la European Network and Information Security Agency (ENISA⁽¹⁾) en Europe et relayée par Cybermalveillance.gov.fr en France. Le mois d'octobre est ainsi un moment fort de la culture cyber. La sécurité de l'information est mise en avant via un dispositif de communication spécifique et renforcé tout au long du mois :

- ◆ affichage sur les écrans présents dans les locaux ;
- ◆ kakémonos disposés aux entrées des bâtiments ;
- ◆ articles thématiques publiés sur l'intranet groupe ;
- ◆ mise en place d'événements illustratifs d'attaques tels que des démonstrations ou encore ludiques tels que des Escapes Games.

Les pôles Télécoms et Media organisent également des conférences animées par des intervenants externes, afin de varier les angles de vue. La programmation 2023 comprenait par exemple :

- ◆ une table ronde sur les « impacts de l'intelligence artificielle sur la cybersécurité » ;
- ◆ l'intervention du Commandement de la Gendarmerie dans le Cyberespace ;
- ◆ des présentations destinées à un large public délivrées par des experts dans le domaine de la sécurité de l'information.

Ces interventions sont retransmises en direct afin que chaque collaborateur puisse y avoir accès, quel que soit son lieu de travail, et pour certaines mises à disposition en replay. Plus de 1 400 collaborateurs ont assisté aux conférences organisées pour le Cybermois 2023, et les replays ont été visionnés plus de 300 fois.

Cette année, un atelier ludique de sensibilisation a également été mis en place pour la première fois sous la forme d'un escape game. De petits groupes de collaborateurs ont pu se mettre dans la peau de cyberattaquants pour identifier des failles dans la sécurité de l'information, et les mauvaises pratiques associées. Les 8 créneaux auxquels les collaborateurs pouvaient s'inscrire ont été remplis en moins de 48 heures et les retours des 40 participants étaient très positifs.

(1) L'ENISA est l'Agence de l'Union Européenne pour la cybersécurité

altice **INFO SECURITE**

MOIS DE LA CYBERSÉCURITÉ
DU 2 AU 31 OCTOBRE 2023

UN SEUL MOT DE PASSE POUR TOUS MES SITES CONFIDENTIELS...
ÇA ME SIMPLIFIE LA VIE!
À MOI AUSSI!

CYBERMOI/S 2023 : UN MOIS POUR DEVENIR #CYBERRESPONSABLE

Vos rendez-vous d'octobre pour mieux prendre conscience des risques, déjouer les attaques informatiques et mieux nous protéger.

Cycle d'événements internes
Table ronde, conférences, atelier, stand « pause cyber » à l'Altice Campus, aux côtés d'intervenants d'exception.

Escape Game :
Plongez au cœur d'un univers d'espionnage !
Pendant une heure, en équipe, incarnez un espion et débusez les mauvaises pratiques cyber !

PLUS D'INFORMATION SUR L'INTRANET ET LES ÉCRANS TV INTERNES

SFR RMC BFM

SFR Réunion, se mobiliser au service des enjeux environnementaux et sociétaux des territoires ultramarins

Filiale de SFR, la Société Réunionnaise du Radiotéléphone (SRR) est depuis 1994 opérateur de télécommunications à La Réunion et à Mayotte, notamment sous la marque SFR Réunion.



YVES GAUVIN
Directeur général adjoint

« SFR Réunion a développé une politique ambitieuse en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) en s'appuyant sur son ancrage local. En 2023, cet engagement a pris la forme de plusieurs actions sur le terrain, initiées ou soutenues par nos collaborateurs. Une mobilisation croissante de nos salariés qui incite SFR Réunion à s'engager davantage pour contribuer à un monde durable plus juste et solidaire. »

SFR Réunion, un acteur engagé en faveur de l'environnement

Sur les territoires ultramarins du groupe, la production énergétique est basée majoritairement sur les énergies fossiles. L'optimisation des consommations d'énergie est ainsi une priorité de SFR Réunion afin de maîtriser son empreinte carbone.

La consommation d'énergie est principalement liée au fonctionnement du réseau et des sites techniques qui représentent ainsi plus de 80 % de la facture électrique globale.

Conformément à ses engagements liés à la certification ISO 50001 de son réseau, SFR Réunion développe une politique énergétique en menant notamment des actions d'amélioration sur ses sites techniques, telles que :

- ◆ l'optimisation de la distribution du froid dans les datacenters grâce au renouvellement du parc d'équipements frigorifiques moins énergivores et de fluides frigorigènes moins polluants ;
- ◆ l'optimisation énergétique des sites radio à travers une planification plus efficace de l'échange de données entre les stations mobiles et les utilisateurs.

Par ailleurs, SFR Réunion agit aussi sur ses sites tertiaires et a mis en œuvre plusieurs mesures destinées à optimiser leur consommation énergétique :

- ◆ le renouvellement du parc automobile au profit de véhicules électriques ;
- ◆ l'optimisation du transport logistique et le choix du transport maritime plutôt que l'aérien lorsque cela est envisageable ;
- ◆ le déploiement de kits de télémessure et l'animation d'ateliers de sensibilisation destinés aux conseillers-vendeurs des boutiques, dans le cadre du programme SEIZE, spécifique à la maîtrise de l'énergie sur les territoires ultramarins.

**Les nouveaux
paramétrages activés
sur 100 % des sites
radio du réseau
SFR Réunion ont
permis d'économiser
en moyenne 3,5 %
d'électricité en 2023.**

SFR Réunion, un acteur engagé auprès des communautés ultramarines

I. SFR Réunion soutient le tissu associatif local

En 2023, dans le cadre d'un appel à projets de la Fondation SFR, deux associations, ayant pour objectif l'inclusion numérique, ont reçu un montant de 5 000€ chacune pour mener à bien leurs projets :

- ◆ l'Association des Maisons de la famille de La Réunion - Ecole des parents (AMAFAR-EPE) a ainsi pu développer un projet d'accompagnement à la littératie numérique. Celui-ci est ouvert à tous et à toutes avec pour objectif de faciliter l'utilisation des outils numériques et leur appropriation par un public en situation d'illettrisme ou d'illectronisme ;
- ◆ l'Association de Coopération Humanitaire (ACH) s'adresse, quant à elle, aux personnes âgées en situation de grande précarité, et a ainsi été soutenue dans l'organisation d'ateliers numériques pour seniors.

Par ailleurs, dans le cadre d'un partenariat avec l'association Reef Check, dont SFR Réunion est devenu mécène en 2023, plusieurs collaborateurs ont participé à 3 journées de sensibilisation et de formation aux enjeux climatiques marins. Ils ont ainsi pu observer les conséquences du changement climatique sur les récifs coralliens ainsi que sur la flore et la faune marines de l'île de La Réunion.

II. Et s'engage pour la santé de ses collaborateurs

SFR Réunion veille au bien-être et à la santé de ses collaborateurs, en s'impliquant dans une démarche de prévention santé, notamment à l'occasion de « Juin Vert », le mois dédié au dépistage des cancers. Ainsi, en partenariat avec les Centres Régionaux de Coordination des Dépistages des Cancers de La Réunion et de Mayotte, plusieurs événements autour de la thématique du cancer ont été organisés tels que :

- ◆ des ateliers de sensibilisation ;
- ◆ des temps d'échange collectifs ;
- ◆ le passage d'un camion itinérant de dépistage à Kaweni, à Mayotte.

III. Et pour l'insertion professionnelle des jeunes



AUDE AOULOU
Directrice des Ressources Humaines

« Conformément aux engagements du groupe Altice France et avec le souhait de valoriser les initiatives collectives portées par ses collaborateurs et collaboratrices, SFR Réunion contribue aux avancées sociales et sociétales de l'île de La Réunion et de Mayotte. »

En partenariat avec Kaptiv, un organisme de formation local, SFR Réunion, contribue à l'insertion professionnelle des jeunes réunionnais par la création d'une formation en alternance pour le poste de Conseiller de vente. A la fois théorique et pratique, cette formation d'un an s'articule autour d'enseignements théoriques dispensés par Kaptiv et d'une mise en pratique professionnelle, au sein de SFR Réunion. A l'issue d'un job dating organisé en novembre 2023, 12 alternants ont été sélectionnés pour suivre une formation de Conseiller de vente et ainsi obtenir un titre professionnel de niveau 4.

Dans le cadre du parcours de formation du Régiment du Service Militaire Adapté (RSMA) de la Réunion, qui forme 1 350 volontaires par an, 2 collaborateurs de SFR Réunion ont partagé leurs expériences et présenté le parcours de formation de moniteur fibre optique. A l'issue d'un job dating, trois stagiaires issus du RSMA ont ainsi été sélectionnés pour un stage d'une durée de trois semaines.

SFR Business

Une performance et un engagement au service des clients



EMMANUEL PUGLIESI
Directeur exécutif SFR Business

« SFR est engagé depuis plus de 20 ans dans une démarche de Responsabilité Sociétale et Environnementale face aux défis des transitions numérique et écologique. Conscient de sa responsabilité en tant que partenaire des entreprises, SFR Business s'inscrit pleinement dans cette démarche et la décline sur les enjeux propres au B2B, en cohérence avec les exigences de ses clients. Les services proposés aux entreprises bénéficient d'un impact carbone maîtrisé grâce aux mesures d'optimisation énergétique du réseau et des datacenters SFR. Par ailleurs, nous nous engageons à optimiser la récupération et le réemploi des équipements fixes et mobiles. Les menaces cyber sont de plus en plus nombreuses, complexes et élaborées. Elles font partie des principales préoccupations des entreprises. Pour mieux les accompagner dans la sécurisation de l'ensemble de leurs activités, nous veillons à intégrer la sécurité dans la conception de nos offres et à proposer une gamme complète d'offres de cybersécurité évolutives afin de s'adapter en permanence aux nouveaux usages et risques. Nous attachons une importance particulière au respect de l'éthique des affaires avec tous nos partenaires. Afin de contribuer au respect par nos clients B2B de leurs propres engagements RSE, nous déployons une Politique d'Achats Responsables ambitieuse auprès de nos fournisseurs. Notre organisation est centrée sur nos clients et leur satisfaction. C'est pourquoi nous intégrons dans les indicateurs clés de performance de tous nos métiers, le suivi de l'expérience client. La qualité de nos services s'appuie sur l'expertise de nos équipes. Je suis particulièrement fier que SFR Business ait pu accueillir en 2023 259 nouveaux collaborateurs et 163 alternants, sur lesquels nous comptons pour dynamiser et stimuler l'innovation au service de nos clients. »



L'agilité au cœur de votre entreprise

I. Environnement

SFR Business, partie prenante du plan d'action « J'avance avec Altice » au service de la transition écologique

Une meilleure performance énergétique des infrastructures

L'ensemble des sites réseau est certifié ISO 50001. Les renouvellements d'équipements réseau fixes et mobiles se font sur la base de solutions moins énergivores. Le réseau mobile dispose d'une architecture et d'un paramétrage optimisant la consommation en fonction du trafic et utilise une énergie moins carbonée. La climatisation des datacenters est optimisée, les sites sont réaménagés avec l'extinction des équipements les moins performants énergétiquement.

Une réduction des émissions liées au transport et à la logistique

SFR s'est engagé dans le dispositif FRET21. Après calcul des émissions liées aux transports logistiques, SFR Business lance des actions comme l'utilisation de biocarburants, la mutualisation des chargements et des trajets, le choix de transports moins émissifs.

Une conception des offres intégrant des critères environnementaux

Lors de la conception de ses offres, SFR Business favorise l'utilisation d'équipements peu énergivores (à performances égales).

Pour ses réseaux, SFR organise la récupération, le réemploi et le recyclage des équipements démontés. En 2023, plus de 550 tonnes de CO₂ ont été évitées suite à ces traitements.

SFR Business est certifié ISO 14001 sur la gestion de la récupération, du réemploi et du recyclage pour les équipements client (mobile, fixe, service) :

◆ concernant le mobile, SFR Business propose à ses clients :

- ◆ la reprise de téléphone : vente sur la plateforme d'offre de reprise de SFR Business avec des reconditionneurs partenaires ;
- ◆ le don aux Ateliers du Bocage, membre du mouvement Emmaüs, qui valorise dans les boutiques solidaires et finance des actions d'économie solidaire.

◆ s'agissant des équipements fixe et service, SFR Business les récupère depuis les sites client. Ils sont ensuite réutilisés ou recyclés par un partenaire spécialisé.



CÉDRIC BRETEL
Responsable logistique
Reverse SFR

« Nos actions en faveur du réemploi nous permettent de reconditionner 73 % de nos équipements récupérés⁽¹⁾. Ces actions permettent de prolonger la durée de vie de nos produits, de retarder l'apparition des déchets et de limiter la consommation de ressources en évitant ou en retardant les achats de nouveaux équipements. Nous agissons également pour réduire l'impact des transports des équipements récupérés. En 2023, nos actions d'optimisation ont permis de réduire de 16 % les émissions de CO₂ par équipement transporté⁽²⁾, par rapport à 2022. »



3 018
téléphones repris
ou donnés

En partenariat avec des acteurs engagés, SFR Business a fait en sorte depuis 2021 que les équipements reconditionnés soient emballés dans des cartons 100 % issus de matières recyclées. Au cours de l'année 2022, SFR Business a également remplacé ses cales en mousse par du carton pour les emballages supérieurs à 10 kg pour une meilleure recyclabilité. Ces actions ont permis une réduction globale de l'empreinte carbone des emballages.

(1) Pour le périmètre fixe sur la base des équipements identifiés

(2) Sur le périmètre de la récupération et de la gestion des déchets d'équipements électriques et électroniques fixes et services du B2B

II. Satisfaction client

Mission Satisfaction Client

Dans le cadre de la démarche du groupe sur l'amélioration de la Satisfaction Client (projet « Mission Satisfaction Client »), SFR Business a lancé début 2022 un programme impliquant tous les métiers autour de 5 axes :

- ◆ l'offre : proposer une offre fiable et adaptée, vendue par des experts ;
- ◆ le déploiement : réaliser un déploiement rapide et professionnel ;
- ◆ les changements : gérer les demandes d'évolution de manière simple et efficace ;
- ◆ le réseau : accéder à un réseau fixe et mobile stable et étendu ;
- ◆ le service clients : assurer un traitement rapide, efficace et personnalisé.

La remontée des idées de collaborateurs, l'analyse des retours client ont permis de sélectionner plus de 50 plans d'action, avec des objectifs et un système de mesure s'appuyant sur des indices de satisfaction client et des indicateurs opérationnels. L'avancement du projet et les étapes franchies sont partagés mensuellement au sein des équipes SFR.

Ces actions ciblées sur les principaux irritants clients ont permis une augmentation de l'indice de satisfaction de la relation client de 2,5 points entre décembre 2021 et décembre 2023.

Systèmes de Management Intégrés

SFR Business s'appuie sur un système de management intégré issu de référentiels reconnus qui permet de nous assurer de la performance de notre triptyque **qualité, sécurité de l'information et environnement**.



- (1) Le groupe Altice France est certifié sur ses activités de gestion des activités de télécommunication : activités de déploiement, d'exploitation et de maintenance des sites réseaux SFR, SFR Fibre, Completel et SRR.
- (2) SFR Business est certifié sur ses activités de marketing, vente, administration des ventes, déploiement, support clients, services experts et supervision délivrés aux entreprises dans les domaines : fixe, mobile, réseaux, communications unifiées, sécurité, cloud et objets connectés, d'hébergement et de hosting.
- (3) SFR Business est certifié sur ses activités de gestion de la récupération, du réemploi et du recyclage des équipements clients (fixe, service, mobile).
- (4) SFR Business est certifié pour ses activités de prestations de services, de cloud computing (cloud v3) et prestations d'hébergement de colocation au sein des datacenters (déclaration d'applicabilité du 28/12/2023) et est déployée sur les sites suivants : Altice Campus et les datacenters de Aubervilliers, Bordeaux, Courbevoie, Val-de-Reuil, Vénissieux, Rennes, Strasbourg et Trappes.
- (5) SFR Business est certifié selon le référentiel de certification HDS 1.1. (Mai 2018) pour les activités (1 à 5) d'hébergeur d'infrastructure physique et hébergeur infogéreur et est déployé sur les sites suivants : Altice Campus, et les datacenters de Aubervilliers, Bordeaux, Courbevoie, Val-de-Reuil, Vénissieux, Rennes, Strasbourg et Trappes.

III. Ressources Humaines

Dans le cadre de la politique du groupe en faveur de l'apprentissage, en 2023, 163 apprentis étaient présents chez SFR Business. L'année 2023 a également été marquée par une forte dynamique des recrutements chez SFR Business. En effet, 259 embauches en CDI ont été comptabilisées en 2023, parmi lesquelles 22 anciens alternants et l'internalisation de 4 CDD dans un contexte de forte tension du marché de l'emploi.

Dans son domaine d'activité particulièrement pointu, SFR Business s'applique à renforcer l'expertise de ses collaborateurs par des formations adaptées. En 2023 :

- ◆ 1 552 collaborateurs formés ;
- ◆ 3 454 formations suivies ;
- ◆ 46 391 heures de formation ;
- ◆ soit 30 heures de formation par collaborateur en moyenne.

SFR Business dispose de 342 experts sur les solutions Cybersécurité, Communications Unifiées et Réseaux d'Entreprises bénéficiant de certifications individuelles de la part de partenaires éditeurs/constructeurs référents du marché.

IV. Cybersécurité



JEAN-BAPTISTE FOUAD
Responsable de la Sécurité
de l'Information SFR Business

« La croissance continue de la menace qui pèse sur les entreprises privées et les organismes publics, l'importance sans cesse accrue des systèmes d'information dans la vie de ces entreprises et organismes, et l'évolution très rapide des technologies nous imposent aujourd'hui une démarche constante d'élévation du niveau de sécurité des moyens de protection de nos systèmes d'information et des offres de services proposées à nos clients. »

SFR Business doit assurer la continuité de ses activités, la protection de ses clients, le respect des obligations légales, réglementaires et contractuelles qui lui sont applicables, veiller à la sécurisation des offres et services et assurer la protection des informations qu'il gère, notamment celles de ses clients. Dans ce contexte, SFR Business met en œuvre les mesures pour protéger ses infrastructures, se prémunir des risques de malveillance, de la fraude, aussi bien internes qu'externes (clients / fournisseurs / partenaires). SFR Business s'assure également de sa conformité aux normes pour lesquelles elle est certifiée : ISO 27001 et Hébergeur de Données de Santé (HDS). La sécurité de l'information est organisée suivant 4 axes :

- ◆ sécurisation du SI et de des offres SFR Business (Security By Design) ;
- ◆ conformité aux impératifs réglementaires et contractuels ;
- ◆ assimilation des principes SSI-Conformité RGPD-PCA par les collaborateurs SFR Business ;
- ◆ fourniture aux clients B2B des éléments de preuve de conformité et de sécurité.

V. Éthique des affaires

Lutte contre la corruption et le trafic d'influence

SFR Business accorde une importance particulière à la lutte contre la corruption et le trafic d'influence et **garantit une éthique des affaires à ses clients**. SFR Business bénéficie du **programme de conformité du groupe Altice France, qui comprend les huit piliers de la loi Sapin 2**, mais aussi le respect des législations nationales et internationales.

Code de conduite Anticorruption, Code d'Éthique et d'Engagements

Dans le cadre de la lutte contre la corruption et le trafic d'influence, SFR a annexé un Code de conduite Anticorruption à son règlement intérieur. Ce code définit et illustre par des exemples les comportements permettant de prévenir les risques de corruption et de trafic d'influence.

Un Code d'Éthique et d'Engagements a aussi été mis en place et s'applique par extension à tous les collaborateurs de SFR Business. Il définit les valeurs du groupe ainsi que les engagements pris pour les respecter et les faire respecter. Ce document est consultable par tous sur le site institutionnel du groupe Altice France et sur l'Intranet de SFR. Les collaborateurs SFR Business, de par leur activité, sont intégrés dans les dispositifs décrits en détail dans la partie Éthique des Affaires.

Achats responsables

SFR Business bénéficie de la politique d'achats responsables du groupe qui s'engage à agir conformément aux objectifs de développement durable à travers quatre thématiques : les droits humains, les normes du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption.

Cette politique s'articule autour de trois axes :

◆ acheter des produits et services plus responsables et réduire les impacts environnementaux

SFR s'engage à former l'ensemble de ses acheteurs aux achats responsables d'ici 2025 et à promouvoir l'économie circulaire au travers des produits et services proposés aux clients.

◆ s'impliquer auprès de fournisseurs engagés

SFR s'assure que ses fournisseurs respectent ses valeurs grâce aux processus de suivi et d'évaluation, le partage systématique du Code d'Éthique et d'Engagement ainsi que l'annexe RSE.

◆ entretenir des relations équilibrées et conformes aux réglementations

SFR a mis en place le Programme Anticorruption d'Altice France, qui comporte notamment une procédure d'évaluation de la conformité des tiers, incluant les fournisseurs et les clients. Cette procédure permet à SFR Business de se prémunir des risques de corruption et de trafic d'influence pouvant résulter de ses relations contractuelles. Les clients et partenaires de SFR Business bénéficient ainsi de tous les dispositifs d'achats responsables décrits en détail dans la partie Achats Responsables.

Index

5G SA : 5G Stand Alone

ACH : Association de Coopération Humanitaire

ADEME : Agence de la transition écologique

ADSL : Asymmetric Digital Subscriber Line (Technique de communication numérique)

AFA : Agence Française Anticorruption

AGEC : Loi Anti-Gaspillage pour une Economie Circulaire

AGEFIPH : Association nationale de gestion du fonds pour l’insertion professionnelle des personnes handicapées

AMAFAR-EPE : Association des Maisons de la famille de La Réunion - Ecole des parents

AMEL : Appels à Manifestation d’Engagements Locaux

ANSSI : Agence Nationale de Sécurité des Systèmes d’Information

ANAPEC : Association Nationale de Promotion de l’Emploi et des Compétences au Maroc

Arcep : Autorité de Régulation des Communications Electroniques, des Postes et de la distribution de la Presse

ARCOM : Autorité de Régulation de la Communication audiovisuelle et numérique

ARP : Axes Routiers Prioritaires

ARSLA : Association pour la Recherche sur la Sclérose Latérale Amyotrophique

Association HAF : Association High Atlas Foundation

AUTF : Association des Utilisateurs de Transport de Fret

B2B : Business to Business (marché entreprise)

B2C : Business to Consumer (marché grand public)

BPO : Business Process Outsourcing (Externalisation des processus d’affaires)

CNIL : Commission Nationale de l’Informatique et des Libertés, Agence nationale de la sécurité des systèmes d’information

CSA : Conseil Supérieur de l’Audiovisuel (devenu aujourd’hui ARCOM)

CSE : Comité Social et Economique

DPO : Data Protection Officer (Délégué à la Protection des Données)

DSP : Délégations de Service Public

DUERP : Document Unique d’Evaluation des Risques Professionnels

ESG : Environnement, Social et Gouvernance

FNE : Fonds National de l’Emploi au Sénégal

FSC : Forest Stewardship Council (Référentiel de gestion forestière)

FTTB : Fiber To The Building (Fibre jusqu’à l’immeuble avec terminaison coaxiale)

FTTH : Fiber To The Home (Fibre jusqu’à la maison)

GES : Gaz à Effet de Serre

GIEC : Groupe d’experts Intergouvernemental sur l’Evolution du Climat

GRS : Global Recycled Standard

HDS : Hébergeur de Données de Santé

IA : Intelligence Artificielle

ICPE : Installations Classées pour la Protection de l’Environnement

INRAE : Institut National de Recherche en Agriculture et Environnement

IT : Information Technology (Technologie de l’information)

LMS : Learning management system (plateforme E-learning)

NAO : Négociations Annuelles Obligatoires

NIS2 : Directive Network and Information Security, Directive européenne visant à harmoniser et renforcer la cybersécurité européenne

ODD : Objectifs de Développement Durable des Nations-Unies

OFTPP : Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail

OJT : On Job Training

ONU : Organisation des Nations Unies

PCA : Plan de continuité d’activité

PDCA : Plan-Do-Check-Act (Planifier, Déployer, Contrôler et Agir)

PGSI : Politique Générale de Sécurité de l’Information

PLSI : Politique Locale de Sécurité de l’Information

PME : Petites ou Moyennes Entreprises

POE : Préparation Opérationnelle à l’Emploi individuel

PRP : Potentiel de Réchauffement Planétaire

REC : Résilience des Entités Critiques

RGPD : Règlement Général sur la Protection des Données

RPA : Robotic Process Automation

RQTH : Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé

RSE : Responsabilité Sociétale de l’Entreprise

RSMA : Régiment du Service Militaire Adapté

RSSI : Responsables de la Sécurité des Systèmes d’Information

RTO : Réseau Responsables de Traitement Opérationnels

SAV : Service Après-Vente

SEDD : Semaine Européenne du Développement Durable

SMCA : Système de management de la continuité d’activité

UES : Unité Economique Sociale

ZIP : Zones d’Initiative Publique

Méthodologie de reporting des indicateurs extra-financiers

1. Exigences et principes juridiques

En application de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, cette Déclaration de Performance Extra-Financière inclut :

- ◆ une présentation du « modèle d'affaires » ;
- ◆ une description des principaux risques extra-financiers ;
- ◆ les politiques appliquées et procédures de diligence raisonnable ;
- ◆ les résultats des politiques et indicateurs de performance clés.

Cette déclaration contient, lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ou des politiques, les informations mentionnées au II de l'article L. 225-102-1. De par son activité, le groupe n'est pas directement concerné par les enjeux liés à :

- ◆ la lutte contre le gaspillage alimentaire ;
- ◆ la lutte contre la précarité alimentaire ;
- ◆ le respect du bien-être animal ;
- ◆ le respect d'une alimentation responsable, équitable et durable.

2. Référentiel et standard de reporting

a. Le Global Compact et les ODD

La stratégie RSE du Groupe est basée sur les Objectifs du Développement Durable des Nations-Unies (ODD), qui ont été définis pour soutenir et agir conformément aux 10 principes du Global Compact des Nations Unies dans les domaines des Droits humains, des pratiques de travail et de la lutte contre la corruption. Le groupe Altice France s'engage à contribuer à la réalisation des ODD et à analyser l'impact de ses activités sur ces objectifs.

b. La norme ISO 26000

La liste des enjeux évalués dans la double matrice de matérialité du groupe Altice France a été définie à partir des sept principes (ou questions centrales) de la norme ISO 26 000, relative à la responsabilité sociétale de l'entreprise. Aussi, le reporting extra-financier proposé dans le présent document adresse l'ensemble des enjeux évalués significatifs de la norme.

c. Le Global Reporting Initiative (GRI)

Afin de définir ses indicateurs de pilotage extra-financiers et ainsi mesurer le niveau d'avancement de sa politique en matière de développement durable, le groupe Altice France s'est inspiré des exigences et des recommandations formulées par le Global Reporting Initiative (GRI).

d. Méthodologie de calcul des émissions de gaz à effet de serre

Pour la première fois en 2023, les pôles Télécoms et Media et ERT Technologies ont calculé l'ensemble de leurs émissions de gaz à effet de serre sur les scopes 1, 2 et 3. Intelcia a calculé les émissions liées aux scopes 1 et 2 uniquement. La méthodologie de calcul utilisée est celle du GhG Protocol. Pour les pôles Télécoms et Media, les émissions de 2022 ont été intégralement recalculées selon cette méthodologie, afin d'inclure le scope 3 dans sa totalité.

e. Taxinomie verte européenne

Pour l'exercice fiscal 2025, Altice France S.A. sera tenue de rapporter sa part éligible et alignée du chiffre d'affaires, des dépenses en capital et de ses frais d'exploitation conformément aux objectifs environnementaux définis par le Règlement 2020/852 du Parlement Européen et du Conseil du 18 juin 2020 sur l'établissement d'un cadre visant à favoriser les investissements durables.

3. Périmètre de reporting

Dans son modèle d'affaires, le groupe Altice France présente sa stratégie intégrée pour l'ensemble de ses pôles d'activités, à savoir le pôle Télécoms, le pôle Media et le pôle Expertises. Les enjeux et objectifs ainsi que l'ensemble des parties dédiées à la présentation des performances intègrent cette année, sauf exceptions explicitement mentionnées ses activités Télécoms, Media ainsi qu'Intelcia et ERT Technologies pour l'activité dite d'Expertises. Sont ainsi couverts 80 % de ses effectifs.

Au travers de ce périmètre de reporting, le groupe Altice France veille à ce que soit représentés chacun des pôles d'activités (Télécoms, Media et Expertises) et étudie chaque année l'opportunité d'inclure de nouvelles entités et y procède lorsque pertinent. Ainsi, l'entité ERT Technologies a été intégrée au périmètre de reporting pour la première fois en 2023. Les entités qui ne sont pas encore couvertes font l'objet de travaux pour développer un reporting pertinent.

Le périmètre dit « Télécoms » intègre les données consolidées de la majorité des entités juridiques du périmètre Télécoms telles que consolidées dans le rapport de gestion du groupe Altice France, à savoir SFR (qui intègre depuis 2023 l'ancienne entité SFR Business Distribution), SFR Distribution, SFR Fibre, Completel, et SRR.

Le périmètre dit « Media » intègre les données consolidées de l'ensemble du groupe NextRadioTV.

Le périmètre Expertise reprend les données :

- ◆ du marché francophone d'Intelcia, dit « Intelcia » dans ce document. Sont consolidées les données en provenance des sites Intelcia du Maroc, du Sénégal, de la Côte d'Ivoire, du Cameroun, de Madagascar, de l'Ile Maurice et de la France ;
- ◆ de l'entité ERT Technologies, dite « ERT » dans ce document. Pour cette première année d'intégration, seuls les indicateurs quantitatifs clés de performances environnementaux et sociaux les plus critiques pour le périmètre ont été intégrés.

4. Période du reporting

Les données présentées dans cette déclaration couvrent l'activité des entités concernées sur la période du 1^{er} janvier au 31 décembre de l'année 2023.

5. Indicateurs clés de performance et spécificités méthodologiques

Sauf mention contraire les indicateurs présentés ci-dessous couvrent les périmètres Télécoms, Media, Intelcia et ERT.

a. Données qualité de service et éthique

- ◆ **Nombre de communes ouvertes en 5G** : les communes considérées comme ouvertes en 5G sont les communes pour lesquelles le taux de population couverte en 5G est significatif (couverture supérieure à 50 %). Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.
- ◆ **Taux de couverture 5G** : Cet indicateur est calculé à partir du taux de population couverte par le nombre de sites 5G mis en service. Le taux de population couverte est, lui, calculé à partir de la base de données géographiques Pitney Bowes. Pitney Bowes recense des données démographiques actuelles et complètes contenant plus de 8 200 variables, lui permettant de réaliser des estimations et projections précises. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.
- ◆ **Nombre de prises commercialisables FTTH/FTTB** : il s'agit du total de prises éligibles à la fibre (Fiber to the Home (FTTH) et Fiber to the Building (FTTB)), sans compter les doublons (les prises éligibles à la fois FTTH et FTTB ne sont comptées qu'une seule fois). Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.

b. Données sociétales

- ◆ **Montant reversé par la Fondation SFR au titre du mécénat financier (M€)** : il s'agit de la somme des dons monétaires en euros reversés au cours de l'année par la Fondation SFR aux associations partenaires de la Fondation SFR. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.
- ◆ **Montant des actions de parrainage et de sponsoring locales d'Intelcia (€)** : il s'agit de la somme des montants (en euros) dépensés au cours de l'année dans chaque pays d'implantation d'Intelcia pour soutenir des actions de parrainage et de sponsoring locales, comme les initiatives culturelles, sportives, favorisant l'employabilité, etc. Cet indicateur concerne le périmètre Intelcia uniquement.
- ◆ **Nombre de jeunes accompagnés dans leur réussite professionnelle grâce au soutien d'associations (unité)** : il s'agit du nombre de jeunes qui ont pu être accompagnés grâce au mécénat financier de la Fondation SFR vers des associations œuvrant en faveur de l'insertion professionnelle. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.
- ◆ **Nombre de projets soutenus par la Fondation SFR ou Intelcia au cours de l'année (unité)** :
 - o Télécoms : il s'agit de la somme des projets soutenus au cours de l'année grâce à un mécénat financier, en nature et/ou en compétence par la Fondation SFR.
 - o Intelcia : il s'agit de la somme des projets et initiatives soutenus par Intelcia au cours de l'année, regroupant les actions de partenariat et de mécénat, le soutien d'association et l'appui aux entreprises sociales. Les actions de sponsoring sont exclues.
 - o Media et ERT : Cet indicateur n'est pas applicable sur ces périmètres.
- ◆ **Nombre de collaborateurs ayant réalisé du mécénat de compétences au cours de l'année (unité)** : il s'agit de la somme des collaborateurs ayant réalisé du mécénat de compétences au cours de l'année, c'est-à-dire ayant consacré une partie de leur temps de travail à des associations. Ce dispositif est encadré par un accord de mécénat de compétences signé en 2003 et dont la dernière mise à jour date de 2019. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.
- ◆ **Nombre de recharges prépayées offertes par SFR à Emmaüs Connect au cours de l'année (unité)** : il s'agit de la somme des recharges prépayées offertes par SFR à Emmaüs Connect au cours de l'année dans le cadre de son partenariat avec Emmaüs Connect. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.

c. Données environnementales

Sauf mention contraire, les indicateurs présentés ci-dessous sont calculés à partir de données réelles. Le cas échéant, les méthodes de projection des données sont précisées.

- ◆ **Consommation d'électricité - bâtiments et véhicules électriques (MWh)** : il s'agit du volume total des consommations d'électricité du groupe, liées à l'exploitation des bâtiments et aux recharges des véhicules électriques effectuées en dehors des locaux du groupe. Les recharges réalisées par les salariés à leur domicile sont également exclues. Les consommations des bâtiments Media en région sont exclues à date. Pour ERT, la consommation bâtimementaires des mois de novembre et décembre 2023 a été projetées à partir des données de novembre et décembre 2022. Pour les pôles Télécoms et Media, une partie des données est estimée (non calculable à date), lorsque la facturation n'est pas encore disponible, auquel cas l'estimation se base sur les données N-1. Par ailleurs, le suivi au réel des consommations liées aux recharges des véhicules électriques de chaque entité juridique n'étant pas réalisable, une méthodologie d'allocation des consommations spécifique a été définie : les consommations totales liées aux recharges électriques sont réparties entre chaque entité en fonction de la proportion de véhicules du parc auto affectés à chaque entité au 31/12/N. Pour ERT, les données utilisées sont celles reportées par le fournisseur d'énergie, elles sont calculées à partir d'un relevé du 15 du mois précédent au 15 du mois actuel, à laquelle est additionnée une estimation du 15 au 30 du mois actuel et dont est soustrait la consommation estimée du 15 au 30 du mois précédent prise en compte lors du dernier relevé.
- ◆ **Part des énergies renouvelables dans la consommation d'électricité bâtimementaire (%)** : Il s'agit de la consommation en énergie renouvelable (achetée via des garanties d'origine) ramenée à la consommation d'électricité bâtimementaire totale du groupe.
- ◆ **Consommation d'énergie liée aux réseaux interurbains (MWh)** : il s'agit du volume total des consommations d'énergie liées à des réseaux de froid ou de chaleur interurbains. Les consommations liées aux réseaux d'eau glacée sont issues de la facturation, celles liées au réseau de chaleur proviennent de relevés de compteur. Les réseaux interurbains permettent de chauffer ou refroidir certains bâtiments grâce à un système centralisé à l'échelle d'un quartier ou d'une ville. Cet indicateur concerne le pôle Télécoms uniquement.
- ◆ **Consommation de gaz naturel (MWh PCI)** : il s'agit du volume total des consommations de gaz naturel facturées du groupe, utilisé pour chauffer les bâtiments. La consommation initialement en MWh PCS est convertie et présentée en MWh PCI. Pour ERT, les données de novembre et décembre 2023 ont été projetées à partir des données de novembre et décembre 2022. Pour le pôle Télécoms seuls les sites principaux en régions ont été pris en compte. Pour le pôle Media, seul le siège, qui ne consomme pas de gaz naturel, est intégré au reporting. Les éventuelles consommations de gaz naturel sur les sites Media en région ne sont pas disponibles. Pour Intelcia, le seul site consommant du gaz naturel est loué sans que le bailleur fournisse un reporting dédié. En 2023, Intelcia n'a donc pas calculé cet indicateur.
- ◆ **Consommation de carburant liée à l'exploitation des bâtiments (L)** : il s'agit du volume total des consommations de fioul domestique et de gazole non-routier du groupe (facturées, mesurées via les cuves ou estimées selon le temps de fonctionnement, selon les périmètres). Le fioul domestique est utilisé pour chauffer certains bâtiments. Le gazole non-routier alimente les groupes électrogènes présents sur certains sites afin d'assurer une continuité d'activité en cas de défaillance du fournisseur d'électricité. Cet indicateur concerne les pôles Télécoms et Media, et Intelcia uniquement.
- ◆ **Consommation de carburant des véhicules du parc auto (L)** : il s'agit du volume total des consommations de carburant (diesel, essence, biocarburant) des véhicules des flottes automobiles du groupe. Pour les pôles Télécoms et Media, le suivi au réel des consommations de carburant de chaque entité juridique n'étant pas réalisable, une méthodologie d'allocation spécifique des consommations a été définie : les consommations totales de chaque type de carburant sont réparties entre chaque entité en fonction de la proportion de véhicules du parc auto affectés à chaque entité au 31/12/N. Pour ERT, les données de novembre et décembre 2023 ont été projetées à partir des données de novembre et décembre 2022.
- ◆ **Emissions de gaz à effet de serre par collaborateur - Scopes 1 et 2 (tonnes eq. CO₂ par collaborateur)** : il s'agit du rapport entre la somme des émissions de gaz à effet de serre liées aux scopes 1 et 2 sur l'année N, et l'effectif total à fin de période du groupe de l'année N.
- ◆ **Emissions de gaz à effet de serre par collaborateur - Scopes 1, 2 et 3 (tonnes eq. CO₂ par collaborateur)** : il s'agit du rapport entre la somme des émissions de gaz à effet de serre liées aux scopes 1, 2 et 3 sur l'année N, et l'effectif total à fin de période du groupe. Cet indicateur concerne les périmètres Télécoms, Media et ERT uniquement, le calcul des émissions du scope 3 n'étant pas encore disponible pour Intelcia.
- ◆ **Part des box reconditionnées sur la gamme active (%)** : il s'agit du rapport entre le nombre de box collectées, reconditionnées et remises dans le circuit de distribution, et le nombre de box testées, c'est-à-dire de la gamme

active. La gamme active est constituée des équipements qui ne sont pas considérés obsolètes et qui vont donc être testés en vue d'un reconditionnement. Les équipements considérés obsolètes ne sont pas testés et sont donc exclus de l'indicateur. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.

- ◆ **Part des box reconditionnées sur l'ensemble des box collectées (%)** : il s'agit du rapport entre le nombre de box collectées, reconditionnées et remises dans le circuit de distribution, et le nombre total de box collectées. Les box sont collectées à la suite d'un retour client (changement d'offre, résiliation, panne, etc.) en magasin ou par voie postale et sont reconditionnées si elles font partie de la gamme active (cf. définition de la gamme active dans l'indicateur « Part des box reconditionnées de la gamme active ») et, la demande sur ce type de produit et le coût que représente l'opération ne rend pas le reconditionnement non-rentable. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.
- ◆ **Part des ventes entraînant une reprise mobile (%)** : cet indicateur est calculé à partir du rapport entre le volume de reprises mobiles et le volume de ventes d'équipements mobiles éligibles à la reprise. En 2023, le périmètre de cet indicateur a évolué pour prendre en compte :
 - o Parmi le volume total de reprises mobiles : les reprises effectuées en ligne sur les sites SFR.fr et REDbySFR.fr ;
 - o Parmi le volume total de ventes d'équipements mobiles éligibles à la reprise : les ventes de mobiles nus (c'est-à-dire sans ligne téléphonique associée).

Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.

- ◆ **Taux de réemploi des équipements électriques et électroniques (EEE) (%)** : cet indicateur est calculé à partir du rapport suivant : poids des EEE réemployés / (poids des EEE revendus sans visibilité sur leur devenir + poids des EEE réemployés + poids des déchets d'EEE valorisés + poids des déchets d'EEE éliminés). Les EEE réemployés sont des équipements réutilisés pour le même usage, par le groupe ou un tiers, après réparation/reconditionnement ou non. Ces équipements n'ont pas acquis le statut de déchet. Les déchets d'EEE valorisés correspondent à des équipements devenus des déchets qui ont subi une opération de valorisation (recyclage, valorisation matière, valorisation énergétique, etc.). A date, Intelcia et ERT ne calculent pas cet indicateur.
- ◆ **Taux de valorisation des déchets d'EEE (%)** : cet indicateur est calculé à partir du rapport suivant : poids des déchets d'EEE valorisés / (poids des EEE revendus sans visibilité sur leur devenir + poids des EEE réemployés + poids des déchets d'EEE valorisés + poids des déchets d'EEE éliminés). Les définitions des différentes catégories sont décrites dans l'indicateur « Taux de réemploi des équipements électriques et électroniques (EEE) ». Les déchets d'EEE éliminés correspondent à des équipements devenus des déchets qui ont été enfouis ou incinérés sans valorisation énergétique. En 2023, pour ERT, il n'y a pas eu de collecte de DEEE permettant de comptabiliser des poids valorisés. Cet indicateur est donc non applicable à ERT pour l'année 2023. A date, Intelcia ne calcule pas cet indicateur.
- ◆ **Consommation d'eau (m³)** : il s'agit de la somme des consommations d'eau des sites du groupe.
 - o Télécoms : sont comprises les consommations relevées sur les compteurs d'eau de chaque bâtiment / site stratégiques en métropole et de l'ensemble des bâtiments / sites à La Réunion. Les boutiques Espace SFR en métropole sont exclues.
 - o Media : sont comprises les consommations relevées sur les compteurs d'eau du siège. Les consommations d'eau des sites Media en région sont exclues à date.
 - o Intelcia : sont comprises les consommations relevées sur les compteurs d'eau de chaque bâtiment / site. En France métropolitaine, seules les consommations du site de Marseille sont prises en compte.
 - o ERT : sont comprises les consommations relevées sur les compteurs d'eau de chaque bâtiment / site. Lorsque le suivi des consommations par relevé n'est pas disponible, une projection est faite à partir d'une consommation moyenne par heure travaillée par site pour lesquels l'information est disponible.
- ◆ **Consommation d'eau par collaborateur (m3 par collaborateur)** : il s'agit du rapport entre la somme des consommations d'eau sur l'année N, et l'effectif total à fin de période du groupe.

Bilan des émissions de gaz à effet de serre

Le bilan des émissions de gaz à effet de serre (BEGES) est calculé selon la méthodologie du GhG Protocol. En 2023, les pôles Télécoms, Media et ERT ont calculé leur bilan complet sur les scopes 1, 2 et 3. Intelcia a calculé les émissions liées aux scopes 1 et 2 uniquement.

Pour ERT, les données de novembre et décembre 2023 ont été projetées à partir des données de novembre et décembre 2022. Les autres projections et/ou méthodologies d'extrapolation utilisées pour le calcul du BEGES (par

les pôles Télécoms, Media, Intelcia ou ERT) sont précisées dans les lignes ci-dessous.

Les pôles Télécoms (hors SRR), Media et ERT, ont été accompagné par le cabinet spécialisé EcoAct dans la réalisation de leur premier bilan GES tous scopes. L'entité SRR a mandaté un cabinet local, Carbone Ingénierie pour l'accompagner dans sa démarche.

Emissions de gaz à effet de serre (GES) Scope 1 (tonnes eq. CO₂) : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux postes ci-dessous.

- ◆ **Emissions de GES liées aux sources fixes de combustion (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimées en tonnes équivalent CO₂, liées à la consommation de gaz naturel ou de fioul domestique pour le chauffage des bâtiments, et à la consommation de gazole non-routier pour les groupes électrogènes qui permettent d'assurer la continuité d'activité en cas de coupure d'électricité.
- ◆ **Emissions de GES liées aux sources mobiles de combustion (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux consommations de carburants (diesel, essence, biocarburant) des véhicules des flottes automobiles. Pour les pôles Télécoms et Media, le suivi au réel des consommations de carburant de chaque entité juridique n'étant pas réalisable, une méthodologie d'allocation spécifique des consommations a été définie : les consommations totales de chaque type de carburant sont réparties entre chaque entité en fonction de la proportion de véhicules du parc auto affectés à chaque entité au 31/12/N.
- ◆ **Emissions de GES directes des procédés (tonnes eq. CO₂)** : Aucun des périmètres de reporting actuel n'est concerné par ce poste d'émissions.
- ◆ **Emissions de GES directes fugitives (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux fuites de fluides frigorigènes utilisés dans les équipements de climatisation du groupe.
 - o Télécoms & Media, hors sites réseau Télécoms et hors SRR : des fuites théoriques sont calculées à partir de la surface des bâtiments refroidis, selon la méthodologie de l'Association Bilan Carbone.
 - o Sites réseau Télécoms : pour les sites stratégiques du réseau Télécoms, les fuites théoriques sont calculées à partir de la puissance des équipements de climatisation et du type de fluide concerné, selon la méthodologie de l'Association pour la transition Bas Carbone (ABC). Les fuites théoriques des autres sites du réseau Télécoms sont calculées selon une projection également basée sur la méthodologie de l'Association Bilan Carbone et tenant compte de la typologie et de la criticité des sites pour plus de 80 % d'entre eux. Les émissions des sites restant sont projetées à partir des émissions moyennes par site dont l'information réelle est disponible.
 - o SRR & ERT : les fuites de fluides frigorigènes sont calculées à partir du poids des fluides rechargé dans les équipements de climatisation au cours de l'année.
 - o Intelcia : à date, Intelcia n'a pas réalisé le calcul de ses émissions GES directes fugitives, elles ne sont donc pas communiquées.
- ◆ **Emissions de GES directes issues de l'utilisation et du changement d'affectation des terres et foresterie (UTCAF) (tonnes eq. CO₂)** : Aucun des périmètres de reporting actuel n'est concerné par ce poste d'émissions. Dont le calcul est optionnel dans le cadre de la méthodologie GHG Protocol.

Emissions de GES Scope 2 (tonnes eq. CO₂) : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux postes ci-dessous.

- ◆ **Emissions de GES liées aux consommations électriques (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux consommations d'électricité des bâtiments du groupe et aux recharges des véhicules électriques des flottes automobiles sur des bornes externes. Pour les pôles Télécoms et Media, le suivi de la consommation électrique hexagonal hors Corse est réalisé grâce aux données réelles de consommations de l'opérateur du réseau électrique, Enedis. Pour les données de la Corse et de la SRR, le suivi est réalisé via les factures des fournisseurs d'énergie. Par ailleurs, le suivi au réel des consommations liées aux recharges électriques de chaque entité juridique n'étant pas réalisable, une méthodologie d'allocation spécifique des consommations a été définie : les consommations totales liées aux recharges électriques sont réparties entre chaque entité en fonction de la proportion de véhicules du parc auto affectés à chaque entité au 31/12/N.
- ◆ **Emissions de GES liées aux consommations d'énergie de réseau, hors électricité (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux réseaux de froid ou de chaleur interurbains. Les réseaux interurbains permettent de chauffer ou refroidir certains bâtiments du groupe grâce à un système centralisé à l'échelle d'un quartier ou d'une ville. Cet indicateur concerne le périmètre Télécoms uniquement.

Emissions de GES Scope 3 (tonnes eq. CO₂) : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux postes ci-dessous.

- ◆ **Emissions de GES liées aux achats de produits et services (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux biens et aux prestations de service achetées aux cours de l'année. Dès que possible, des données physiques sont utilisées pour modéliser les émissions de GES associées. Lorsque les données physiques ne sont pas disponibles, des données monétaires sont utilisées. Les données physiques représentent 52 % des émissions des pôles Télécoms et Media, et 86 % des émissions de ERT pour le poste achats de produits et services.
- ◆ **Emissions de GES liées aux biens immobilisés (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux biens et services immobilisés par le groupe au cours de l'année. Dès que possible, des données physiques sont utilisées pour modéliser les émissions de GES associées. Lorsque les données physiques ne sont pas disponibles, des données monétaires sont utilisées. Sur les périmètres Télécoms (hors SRR) et Media seuls ont été pris en compte les antennes réseau et les équipements principaux de bureautique.
- ◆ **Emissions de GES liées à l'énergie, non incluses dans les Scopes 1 et 2 (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées à l'extraction, la production, au transport des énergies utilisées par le groupe, ainsi qu'aux éventuelles pertes d'énergie au cours de la production ou de l'acheminement.
- ◆ **Emissions de GES liées au transport de marchandise et à la distribution en amont (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux transports permettant l'acheminement des biens achetés par le groupe auprès de ses fournisseurs, en amont de sa chaîne de valeur. Dès lors que cela est possible, des données CO₂ directement transmises par les transporteurs (en application l'article L.1431-3 du code des transports) ou des données physiques sont utilisées pour modéliser les émissions de GES associées. Lorsque les données physiques ne sont pas disponibles, des données monétaires sont utilisées. Pour le pôle Télécoms, hors SRR, seul le transport lié aux achats des produits destinés à être vendus par le groupe est pris en compte à date. Les émissions du pôle Media ne sont pas calculées à date.
- ◆ **Emissions de GES liées aux déchets générés (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées au traitement et à la valorisation/l'élimination des déchets générés par le groupe dans le cadre de ses activités.
- ◆ **Emissions de GES liées aux déplacements professionnels (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux déplacements des collaborateurs du groupe effectués dans le cadre de leur travail et à l'aide de modes de transport n'appartenant pas au groupe ou n'étant pas opérés par le groupe. Pour les pôles Télécoms et Media, sont utilisées dès que possibles les données CO₂ directement transmises par les transporteurs (en application l'article L.1431-3 du code des transports). Pour les trajets sans information CO₂, les émissions sont extrapolées à partir des données CO₂ présentes dans le reporting transporteurs pour le même mode de transport.
- ◆ **Emissions de GES liées aux déplacements domicile-travail (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux déplacements des collaborateurs du groupe effectués entre leur domicile et leur lieu de travail, à l'aide de modes de transport n'appartenant pas au groupe ou n'étant pas opérés par le groupe. Pour ERT, le calcul s'appuie sur une projection réalisée à partir d'un sondage par questionnaire. Les pôles Télécoms (hors SRR) et Media ont réalisé une projection à partir de distances moyennes et des modes de transports connus des salariés car faisant l'objet d'une participation financière de l'employeur. Concernant le pôle Télécoms, périmètre SRR, les distances domicile-travail ont été calculées à partir des données RH. L'hypothèse est faite que 4 % des distances parcourues sont effectuées en bus, le reste en voiture thermique.
- ◆ **Emissions de GES liées aux actifs en leasing amont (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées à l'utilisation par le groupe d'actifs loués. Pour les pôles Télécoms et Media, les principaux actifs en leasing correspondent à leur flotte automobile, dont les émissions sont consolidées au sein du Scope 1.
- ◆ **Emissions de GES liées au transport de marchandise et à la distribution en aval (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées aux transports permettant l'acheminement des biens achetés par le groupe à ses clients, et aux déplacements effectués par les clients pour se rendre en boutique ou dans les locaux du groupe. Des données CO₂ directement transmises par les transporteurs (en application l'article L.1431-3 du code des transports) ou des données physiques sont utilisées pour modéliser les émissions de GES associées. ERT et le Pôle Media ne sont pas concernés par ce poste

d'émissions. En 2023, seule la SRR, au sein du pôle Télécoms, a calculé les déplacements des clients pour se rendre en boutique à partir d'une projection. L'hypothèse est faite qu'une vente correspond à un déplacement client, modélisé par un trajet aller-retour de 5,7 km prenant en compte la géographie de l'île de La Réunion, et effectué en bus ou en voiture. Le calcul des émissions liées aux déplacements des clients est optionnel dans la méthodologie GHG Protocol.

- ◆ **Emissions de GES liées au traitement des produits vendus (tonnes eq. CO₂)** : Ni les pôles Télécoms et Media ni ERT ne sont concernés à date par ce poste d'émissions.
- ◆ **Emissions de GES liées à l'utilisation des produits vendus (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées à l'utilisation par les clients des produits vendus par le groupe. Pour le pôle Télécoms, on considère :
 - o La consommation d'électricité des modems/décodeurs chez les clients grand public (B2C) (kWh) : la consommation électrique annuelle des équipements est calculée en prenant en compte les équipements actifs du parc au 31/12 de l'année N, et les consommations électriques moyennes des 3 modèles de modems et des 3 modèles de décodeurs les plus utilisés par les clients ou dernièrement commercialisés.
 - o La consommation d'électricité des modems/décodeurs chez les clients entreprise directs ou indirects (B2B ou B2B2B) ou les clients grand public indirects (B2B2C) (Kwh) : à partir du nombre de clients B2C et de la consommation d'électricité des modems/décodeurs chez les clients B2C, on établit une consommation électrique annuelle moyenne par client. Cette consommation moyenne annuelle est multipliée par le nombre d'équipements B2B, B2B2B et B2B2C. L'hypothèse retenue est qu'un équipement équivaut à un abonné.
 - o La consommation d'électricité des téléphones chez les clients directs (grand public ou entreprise) (kWh) : le nombre de clients B2C et B2B est déterminé à partir du parc de cartes SIM du pôle Télécoms. Le nombre de clients B2C est multiplié par la consommation électrique annuelle moyenne d'un téléphone utilisé par un ménage (ADEME : <https://agirpoulatransition.ademe.fr/particuliers/maison/economies-denergie-deau/electricite-combien-consomme-appareils-maison>). Le nombre de clients B2B est multiplié par la consommation électrique annuelle moyenne d'un téléphone utilisé dans un contexte professionnel (ADEME : <https://www.connaissancedesenergies.org/sites/default/files/pdf-actualites/livre-blanc-consommation-energetique-equipements-informatique-2015.pdf>).
 - o La consommation d'électricité des téléphones chez les clients indirects (B2B2C ou B2B2B) (kW) : Le nombre de clients indirects déterminé à partir du nombre de lignes mobiles identifiées. Il n'est pas possible à date de distinguer les lignes B2B2B des lignes B2B2C. On choisit donc la consommation électrique annuelle moyenne la plus élevée, c'est-à-dire celle d'un téléphone utilisé par un ménage (3 kWh par an vs 2kWh par an pour un téléphone utilisé dans un contexte professionnel, cf. études ADEME citées ci-dessus). Le nombre de lignes mobiles attribuées à des clients indirects est multiplié par la consommation annuelle moyenne d'un téléphone utilisé par un ménage.

A date, les émissions liées à la consommation des contenus diffusés par le pôle Media ne sont pas calculées. ERT n'est pas concerné par ce poste.

- ◆ **Emissions de GES liées à la fin de vie des produits vendus (tonnes eq. CO₂)** : il s'agit du volume total des émissions de gaz à effet de serre du groupe, exprimé en tonnes équivalent CO₂, liées au traitement et à la valorisation/l'élimination des produits vendus par le groupe lorsqu'ils arrivent en fin de vie. Le pôle Media n'est pas concerné par ce poste.
- ◆ **Emissions de GES liées aux actifs en leasing aval (tonnes eq. CO₂)** : ni les pôles Télécoms et Media ni ERT ne sont concernés par ce poste d'émissions.
- ◆ **Emissions de GES liées aux franchises (tonnes eq. CO₂)** : A date, les émissions liées aux boutiques SFR franchisées ne sont pas calculées. Ni le pôle Media ni ERT ne sont concernés par ce poste d'émissions.
- ◆ **Emissions de GES liées aux investissements** : A date, les émissions liées aux investissements n'ont pas été calculées.

d. Données sociales

- ◆ **Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation au cours de l'année (%)** : il s'agit du rapport entre le nombre de collaborateurs ayant suivi au moins une formation et le nombre total de collaborateurs au 31 décembre. Sont inclus les collaborateurs en CDI, CDD, alternance, y compris les suspensions de contrat. Sont exclus les stagiaires et intérimaires. Ne sont prises en comptes que les formations terminées au 31/12/N. Les formations commencées en année N et encore en cours au 31/12/N sont entièrement comptabilisées sur l'année N+1. Pour les périmètres Télécoms et Media, les formations locales (c'est-à-dire dispensées en interne) sont exclues, hormis celles du périmètre SFR Distribution qui sont incluses dans l'indicateur. Les formations locales exclues représentent moins de 1 % de l'ensemble des formations réalisées sur les périmètres Télécoms et Media.
- ◆ **Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur ayant suivi au moins une formation au cours de l'année (Heure)** : il s'agit du nombre moyen d'heure de formation par collaborateur ayant suivi au moins une formation sur l'année civile. Sont inclus les collaborateurs en CDI, CDD, alternance, y compris les suspensions de contrat. Sont exclus les stagiaires et intérimaires. Ne sont prises en comptes que les formations terminées au 31/12/ N. Les formations commencées en année N et encore en cours au 31/12/N sont entièrement comptabilisées sur l'année N+1. Pour les périmètres Télécoms et Media, les formations locales (c'est-à-dire dispensées en interne) sont exclues, hormis celles du périmètre SFR Distribution qui sont incluses dans l'indicateur. Les formations locales exclues représentent moins de 1 % de l'ensemble des formations réalisées sur les périmètres Télécoms et Media. Sur le périmètre Intelcia, les heures de formation réalisées au travers de la plateforme interne de eLearning sont des heures théoriques en lien avec le temps estimé de réalisation du eLearning et non strictement réalisées.
- ◆ **Effectif à fin de période (unité)** : il s'agit du nombre total de salariés du groupe au 31 décembre 2023. Sont inclus les salariés en CDI, en CDD et en alternance, ainsi que les suspensions de contrat. Sont exclus les stagiaires et les intérimaires. Un collaborateur dont la date de fin de contrat est le 31/12/N est compté dans l'effectif à fin de période de l'année N, et sa sortie des effectifs en comptabilisée en N+1.
- ◆ **Nombre de recrutements en CDI (unité)** : il s'agit du nombre de collaborateurs recrutés en CDI sur l'année 2023. Les transformations de contrats CDD ou alternants en CDI, ainsi que les contrats à temps partiel sont pris en compte. En 2023, ERT n'a pas calculé cet indicateur.
- ◆ **Part des collaborateurs de 30 ans ou moins parmi les nouveaux embauchés (%)** : il s'agit de la part des collaborateurs de 30 ans ou moins parmi les entrées totales en CDI, CDD et Alternants. Un collaborateur de 30 ans ou moins qui est recruté sous l'un de ces 3 contrats, puis dont le contrat est transformé en CDI, CDD ou alternance est ainsi compté 2 fois. En 2023, ERT n'a pas calculé cet indicateur.
- ◆ **Part des collaborateurs de 50 ans ou plus parmi les nouveaux embauchés (%)** : il s'agit de la part des collaborateurs de 50 ans ou plus parmi les entrées totales en CDI, CDD et Alternants. Un collaborateur de 50 ans ou plus qui est recruté sous l'un de ces 3 contrats, puis dont le contrat est transformé en CDI, CDD ou alternance est compté 2 fois. En 2023, ERT n'a pas calculé cet indicateur.
- ◆ **Part des personnes dites éloignées de l'emploi parmi les nouveaux embauchés (%)** : il s'agit du rapport entre le nombre de personnes dites éloignées de l'emploi embauchées et le total des embauches sur l'année 2023, tous contrats et genres confondus. Les personnes dites éloignées de l'emploi sont les personnes recrutées via les agences du territoire, telles que l'Agence nationale de la promotion de l'emploi et des compétences, Pôle Emploi, etc. Cet indicateur concerne le périmètre Intelcia uniquement.
- ◆ **Nombre d'alternants recrutés (unité)** : il s'agit nombre d'alternants ayant démarré un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation au cours de l'année 2023. A date, seuls les pôles Télécoms et Media calculent cet indicateur.
- ◆ **Taux de conversion des contrats d'alternance en CDI ou en CDD (%)** : il s'agit du rapport entre le nombre de contrats d'alternance et de professionnalisation transformés en CDI ou en CDD sur l'année civile 2023 et le nombre total de contrats d'alternance prenant fin sur cette même année civile. Pour les pôles Télécoms et Media, sont exclus du dénominateur les alternants dont le contrat a été suspendu à l'initiative de l'employeur ainsi que ceux dont le contrat a été interrompu 4 mois ou plus avant son terme. Pour les entités de l'UES SFR, sont également exclus du dénominateur les alternants poursuivant leurs études à l'issue de leur contrat d'alternance. A date, seuls les pôles Télécoms et Media calculent cet indicateur.
- ◆ **Taux de recommandation des étudiants (%)** : il s'agit de la part des étudiants en contrat de stage ou d'alternance ayant répondu « d'accord » ou « tout à fait d'accord » à la question « je recommande mon entreprise à un ami pour y faire un stage / alternance » selon l'enquête de l'organisme ChooseMyCompany. Pour SFR Distribution, seuls les étudiants occupant des fonctions au siège sont compris dans l'enquête. Cet indicateur concerne les périmètres Télécoms et Media uniquement.

- ◆ **Taux de départs volontaires (%)** : il s'agit du total des collaborateurs ayant quitté leur poste à leur initiative au cours de l'année N, divisé par le nombre total des effectifs au 31/12/N-1. Sont inclus dans les départs volontaires : les départs négociés, les démissions, les périodes d'essai interrompues à l'initiative du collaborateur, les départs volontaires dans le cadre d'un plan de départs volontaires et les abandons de poste, sauf pour les pôles Télécoms et Media (avec un ou deux cas par an sur ces périmètres, il s'agit d'une exclusion non significative). Sont exclus les licenciements et les périodes d'essai interrompues à l'initiative du groupe. Sur le périmètre Media, les collaborateurs de Grand Lille TV sont exclus du calcul. En 2023, ERT n'a pas calculé cet indicateur.
- ◆ **Part des promotions attribuées à des femmes en CDI (%)** : Il s'agit de la part des promotions attribuées à des femmes en CDI, par rapport au nombre total de collaborateurs en CDI promus pendant l'année 2023. Les promotions sont définies par un changement de grade et/ou de catégorie d'emploi et/ou le passage au statut de manager. Pour le périmètre France d'Intelcia, une promotion est effective uniquement lorsque sont cumulés le changement de grade et le changement de catégorie d'emplois. Les promotions sont prises en compte à partir du mois de clôture faisant état de ce changement.
- ◆ **Part des femmes parmi les embauches (%)** : il s'agit du rapport entre le nombre total de femmes entrées dans les effectifs en CDI, CDD et alternance, et le nombre total d'entrées dans les effectifs en CDI, CDD et alternance sur l'année 2023. Les contrats à temps plein et les contrats à temps partiel sont pris en compte. Une femme qui est recrutée en CDI, CDD ou alternance, puis dont le contrat est transformé en un autre contrat parmi les 3 cités est comptée 2 fois.
- ◆ **Index égalité professionnelle homme-femme (Note sur 100)** : cet index est calculé à partir de la grille d'évaluation du Ministère du Travail. L'Index, sur 100 points, se calcule à partir de 4 à 5 indicateurs selon que l'entreprise fait moins ou plus de 250 salariés :
 - o L'écart de rémunération femmes-hommes,
 - o L'écart de répartition des augmentations individuelles,
 - o L'écart de répartition des promotions (uniquement dans les entreprises de plus de 250 salariés),
 - o Le nombre de salariées augmentées à leur retour de congé de maternité,
 - o La parité parmi les 10 plus hautes rémunérations.

Pour plus d'informations : <https://travail-emploi.gouv.fr/droit-du-travail/egalite-professionnelle-discrimination-et-harcèlement/indexegapro>

Le périmètre couvert par l'index d'Intelcia est celui de ses activités en France hexagonale. En 2023, ERT n'a pas calculé cet indicateur.

- ◆ **Nombre de salariés en situation de handicap (unité)** : il s'agit du nombre de salariés déclarés en situation de handicap (RQTH) en activité au sein du groupe au 31 décembre 2023. En 2023, cet indicateur a été calculé sur les périmètres Télécoms, Media et les activités d'Intelcia en France hexagonale ; ERT n'a pas calculé cet indicateur.
- ◆ **Taux de fréquence des accidents de travail (%)** : il s'agit du rapport entre le nombre total d'accidents du travail (AT) avec arrêt de travail, et le nombre total d'heures travaillées. Les accidents de trajet sont exclus du calcul. Pour les pôles Télécoms et Media les AT avec arrêts comptabilisés sont ceux identifiés dans les logiciels RH au 31/12/N. Pour ERT, les AT avec arrêts comptabilisés sont ceux qui ont fait l'objet d'une déclaration sur le service Net Entreprise au 31/12/N. Les AT avec arrêt des employés en contrat CDI, CDD, de professionnalisation, d'apprentissage et des étudiants stagiaires sont inclus. Les AT avec arrêt des intérimaires sont exclus. Les 5 entités juridiques BFM Régions sont exclues du calcul de l'indicateur. A date, Intelcia ne calcule pas cet indicateur.
- ◆ **Taux d'absentéisme (%)** : il s'agit du rapport entre le nombre de jours calendaires d'arrêt de travail pour maladie, d'arrêt consécutif à un accident de travail ou de trajet, et le nombre de jour calendaires théoriques de travail. Sont exclus les congés payés, les heures de délégation dans le cadre de la représentation du personnel, les grèves, les congés pathologiques précédant un congé maternité, les congés parentaux et les autres congés exceptionnels pour événements familiaux. Les 5 entités juridiques BFM Régions sont exclues du calcul de l'indicateur. En 2023, ERT n'a pas calculé cet indicateur.

e. Données éthique des affaires et achats responsables

- ◆ **Nombre d'évaluations RSE réalisées des fournisseurs (unité)** : il s'agit du nombre d'évaluations des fournisseurs incluant des critères RSE depuis 2016. Sont comprises les évaluations annuelles des fournisseurs par les équipes Achats (incluant des critères RSE), et les évaluations spécifiques RSE. Les évaluations spécifiques RSE sont matérialisées par une note ACESIA ou un certificat attestant d'une évaluation autre par un tiers reconnu (Label Lucie, Ecovadis, etc.). S'agissant de dénombrer le nombre d'évaluations, si un fournisseur a été évalué plusieurs fois depuis 2016, chacune de ses évaluations est comprise dans l'indicateur. En 2023, seuls les pôles Télécoms et Media calculent cet indicateur.

6. Modalités de collecte et de contrôle des données

Les données sociales, environnementales et sociétales s'appuient sur des outils internes, méthodes de reporting et contrôles utilisés dans les différentes activités dédiées à ces sujets.

Un nouvel outil de reporting centralisé a été mis en place en 2023 pour les pôles Télécoms et Media, notamment pour faciliter et fiabiliser le calcul du bilan des émissions de gaz à effet de serre. A date, cet outil permet de consolider les données environnementales les plus significatives. Des sessions de formations sont organisées pour accompagner les contributeurs dans le processus de collecte et de consolidation des indicateurs extra-financiers sur l'outil de reporting.

Les procédures de collecte et les méthodologies de calcul des indicateurs sont diffusées auprès de l'ensemble des personnes impliquées dans le processus de reporting sur le périmètre.

En interne, des procédures de contrôle ont été mises en place pour limiter le risque d'erreur dans la production et la transmission des données. Chaque contributeur collecte et contrôle les données sur son périmètre de reporting. Ces données sont ensuite consolidées en central, pour assurer leur cohérence, le respect des méthodes de calcul et du périmètre de reporting ainsi que l'existence de contrôle des données.

Synthèse des indicateurs clés de performance par pôle d'activité

Risques	Indicateurs	Pôles	2021 ⁽¹⁾	2022 ⁽¹⁾	2023
Qualité des produits et services & Innovation	Nombre de communes ouvertes en 5G (Unité)	Altice France	N/A	N/A	N/A
		Télécoms	près de 3 700	7 000	8 967
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	N/A	N/A	N/A
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Qualité des produits et services & Innovation	Taux de couverture 5G (%)	Altice France	N/A	N/A	N/A
		Télécoms	N/A	61%	74%
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	N/A	N/A	N/A
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Qualité des produits et services & Innovation	Nombre de prises commercialisables FTTH et FTTB (Unité)	Altice France	N/A	N/A	N/A
		Télécoms	25,8 millions	31,1 millions	34,6 millions
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	N/A	N/A	N/A
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Montant reversé par la Fondation SFR au titre du mécénat financier (€)	Altice France	N/A	N/A	N/A
		Télécoms	1 M	1 M	1 M
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	N/A	N/A	N/A
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Montant des actions de parrainage et de sponsoring local d'Intelcia (€)	Altice France	N/A	N/A	N/A
		Télécoms	N/A	N/A	N/A
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	NEW	19 031	10 728
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Nombre de jeunes accompagnés dans leur réussite professionnelle grâce au soutien d'associations (Unité)	Altice France	N/A	N/A	N/A
		Télécoms	C/M	C/M	7 853
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	N/A	N/A	N/A
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Nombre de projets soutenus par la Fondation SFR ou Intelcia au cours de l'année (Unité)	Altice France	C/M	C/M	88
		Télécoms	C/M	C/M	50
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	NEW	52	38
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Ancrage territorial et création de valeur partagée	Nombre de collaborateurs ayant réalisé du mécénat de compétences dans l'année (Unité)	Altice France	N//A	N/A	N/A
		Télécoms	NEW	NEW	39
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	N/A	N/A	N/A
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A

N/A : Non-applicable ; C/M : Changement méthodologique ; NEW : Nouvel indicateur

Risques	Indicateurs	Pôles	2021 ⁽¹⁾	2022 ⁽¹⁾	2023
Inclusion numérique	Nombre de recharges prépayées offertes par SFR à Emmaüs Connect au cours de l'année (Unité)	Altice France	N//A	N/A	N/A
		Télécoms	C/M	C/M	12 000
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	N/A	N/A	N/A
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Changement climatique	Consommation d'électricité - bâtiments et véhicules électriques (MWh)	Altice France	NEW	NEW	1 074 024
		Télécoms	NEW	NEW	1 046 467
		Media	NEW	NEW	10 617
		Intelcia	NEW	NEW	15 127
		ERT Technologies	N/D	N/D	1 812
Changement climatique	Part des énergies renouvelables dans la consommation d'électricité bâtiminaire (%)	Altice France	10%	8%	8%
		Télécoms	10%	8%	8%
		Media	0%	0%	0%
		Intelcia	0%	0%	0%
		ERT Technologies	N/D	N/D	0%
Changement climatique	Consommation d'énergie liée aux réseaux interurbains (MWh)	Altice France	NEW	NEW	3 223
		Télécoms	NEW	NEW	3 223
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	N/A	N/A	N/A
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Changement climatique	Consommation de gaz naturel (MWh PCI)	Altice France	NEW	NEW	752
		Télécoms	NEW	NEW	712
		Media	NEW	NEW	N/D
		Intelcia	NEW	NEW	N/D
		ERT Technologies	N/D	N/D	40
Changement climatique	Consommation de carburant liée à l'exploitation des bâtiments (L)	Altice France	NEW	NEW	293 692
		Télécoms	NEW	NEW	211 410
		Media	NEW	NEW	600
		Intelcia	NEW	NEW	81 682
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/A
Changement climatique	Consommation de carburant des véhicules du parc auto (L)	Altice France	NEW	NEW	6 392 050
		Télécoms	NEW	NEW	3 081 200
		Media	NEW	NEW	263 355
		Intelcia	NEW	NEW	165 679
		ERT Technologies	N/D	N/D	2 881 817
Changement climatique	Emissions de GES ⁽²⁾ Scope 1 (tonnes eq. CO ₂) ⁽³⁾	Altice France	C/M	15 743	23 283
		Télécoms	C/M	14 580	14 831
		Media	C/M	641	585
		Intelcia	487	522	637
		ERT Technologies	N/D	N/D	7 230
Changement climatique	Emissions de GES ⁽²⁾ Scope 2 (tonnes eq. CO ₂) ⁽³⁾	Altice France	C/M	60 167	60 554
		Télécoms	C/M	53 750	52 906
		Media	C/M	404	403
		Intelcia	4 924	6 014	7 183
		ERT Technologies	N/D	N/D	61

N/A : Non-applicable ; N/D : Non-dit ; C/M : Changement méthodologique ; NEW : Nouvel indicateur

Risques	Indicateurs	Pôles	2021 ⁽¹⁾	2022 ⁽¹⁾	2023
Changement climatique	Emissions de GES ⁽²⁾ Scope 3 (tonnes eq. CO ₂) ⁽³⁾	Altice France	N/D	647 001	734 429
		Télécoms	N/D	556 662	590 857
		Media	N/D	90 340	81 637
		Intelcia	N/D	N/D	N/D
		ERT Technologies	N/D	N/D	61 935
Changement climatique	Emissions de GES ⁽²⁾ par collaborateur - Scope 1 et 2 (tonnes eq. CO ₂ par collaborateur) ⁽³⁾	Altice France	C/M	2,6	2,8
		Télécoms	C/M	7,2	7,7
		Media	C/M	0,7	0,6
		Intelcia	0,3	0,4	0,4
		ERT Technologies	N/D	N/D	5
Changement climatique	Emissions de GES ⁽²⁾ par collaborateur - Scope 1, 2 et 3 (tonnes eq. CO ₂ par collaborateur) ⁽³⁾	Altice France	C/M	N/C	N/C
		Télécoms	C/M	66	75
		Media	C/M	61	53
		Intelcia	N/D	N/D	N/D
		ERT Technologies	N/D	N/D	47
Economie circulaire	Part des box reconditionnées sur la gamme active (%) ⁽³⁾	Altice France	N/A	N/A	N/A
		Télécoms	C/M	C/M	85%
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	N/A	N/A	N/A
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Economie circulaire	Part des box reconditionnées sur l'ensemble des box collectées (%)	Altice France	N/A	N/A	N/A
		Télécoms	NEW	NEW	67%
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	N/A	N/A	N/A
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Economie circulaire	Part des ventes entraînant une reprise mobile (%) ⁽³⁾	Altice France	N/A	N/A	N/A
		Télécoms	C/M	C/M	20%
		Media	N/A	N/A	N/A
		Intelcia	N/A	N/A	N/A
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Economie circulaire	Taux de réemploi des EEE (%)	Altice France	NEW	NEW	47%
		Télécoms & Media	NEW	NEW	47%
		Intelcia	N/D	N/D	N/D
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D
Economie circulaire	Taux de valorisation des déchets d'EEE (%) ⁽³⁾	Altice France	C/M	C/M	46%
		Télécoms & Media	C/M	C/M	46%
		Intelcia	N/A	N/A	N/A
		ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
Biodiversité	Consommation d'eau (m ³)	Altice France	NEW	159 339	157 457
		Télécoms	NEW	42 108	46 540
		Media	NEW	11 271	12 092
		Intelcia	NEW	105 960	95 570
		ERT Technologies	N/D	N/D	3 255

N/A : Non-applicable ; N/D : Non-dit ; N/C : Non-consolidé ; C/M : Changement méthodologique ; NEW : Nouvel indicateur

Risques	Indicateurs	Pôles	2021 ⁽¹⁾	2022 ⁽¹⁾	2023
Biodiversité	Consommation d'eau par collaborateur (m³ par collaborateur)	Altice France	NEW	NEW	5,2
		Télécoms	NEW	NEW	5,3
		Media	NEW	NEW	7,7
		Intelcia	NEW	NEW	5,2
		ERT Technologies	N/D	N/D	2,2
Employabilité & stabilité	Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation au cours de l'année (%)	Altice France	N/C	N/C	98 %
		Télécoms	58 %	58 %	66 %
		Media	23 %	32 %	50 %
		Intelcia	104 %	120 %	120 %
		ERT Technologies	N/D	N/D	61%
Employabilité & stabilité	Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur ayant suivi au moins une formation au cours de l'année (Heure) ⁽⁴⁾	Altice France	N/C	N/C	58,9
		Télécoms	19,4	18,4	23,1
		Media	16,6	19,2	15,7
		Intelcia	96,2	61,3	71,5
		ERT Technologies	N/D	N/D	19,9
Gestion des talents	Effectif à fin de période (Unité)	Altice France	28 787	29 078	30 216
		Télécoms	10 114	9 526	8 809
		Media	1 353	1 508	1 573
		Intelcia	17 320	18 044	18 361
		ERT Technologies	N/D	N/D	1 473
Gestion des talents	Nombre de recrutements en CDI (Unité)	Altice France	4 077	8 253	7 969
		Télécoms	N/D	939	971
		Media	N/D	211	196
		Intelcia	4 077	7 103	6 802
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D
Gestion des talents	Part des collaborateurs de 30 ans ou moins parmi les nouveaux embauchés (%)	Altice France	82%	75%	75%
		Télécoms	81 %	81 %	78 %
		Media	82 %	79 %	84 %
		Intelcia	NEW	72 %	74 %
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D
Gestion des talents	Part des collaborateurs de 50 ans ou plus parmi les nouveaux embauchés (%)	Altice France	NEW	1,5 %	2 %
		Télécoms	NEW	1,3 %	3,1 %
		Media	NEW	1,4 %	1,3 %
		Intelcia	NEW	1,6 %	1,9 %
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D
Gestion des talents	Part des personnes dites éloignées de l'emploi parmi les nouveaux embauchés (%)	Altice France	N/D	N/D	N/D
		Télécoms	N/D	N/D	N/D
		Media	N/D	N/D	N/D
		Intelcia	NEW	24 %	33 %
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D
Gestion des talents	Nombre d'alternants recrutés (Unité)	Altice France	712	488	508
		Télécoms	642	400	410
		Media	70	88	98
		Intelcia	N/D	N/D	N/D
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D

N/D : Non-dit ; N/C : Non-consolidé ; NEW : Nouvel indicateur

Risques	Indicateurs	Pôles	2021 ⁽¹⁾	2022 ⁽¹⁾	2023
Gestion des talents	Taux de conversion des contrats d'alternance en CDI ou CDD (%)	Altice France	9 %	21 %	28 %
		Télécoms	7 %	20 %	26 %
		Media	31 %	24 %	38 %
		Intelcia	N/D	N/D	N/D
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D
Gestion des talents	Taux de recommandation des étudiants (%)	Altice France	N/C	N/C	N/C
		Télécoms & Media	90 %	85 %	83 %
		Intelcia	N/D	N/D	N/D
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D
Gestion des talents	Taux de départs volontaires (%)	Altice France	20 %	22 %	26 %
		Télécoms	4 %	11 %	15 %
		Media	6 %	11 %	7 %
		Intelcia	32 %	28 %	33 %
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D
Droits humains et libertés fondamentales	Part des promotions attribuées à des femmes en CDI (%)	Altice France	42 %	41 %	41 %
		Télécoms	38 %	38 %	33 %
		Media	36 %	43 %	39 %
		Intelcia	47 %	44 %	54 %
		ERT Technologies	N/D	N/D	21 %
Droits humains et libertés fondamentales	Part des femmes parmi les embauches (%)	Altice France	49 %	51 %	49 %
		Télécoms	42 %	39 %	39 %
		Media	32 %	38 %	44 %
		Intelcia	58 %	58 %	54 %
		ERT Technologies	N/D	N/D	28 %
Droits humains et libertés fondamentales	Index égalité professionnelle ⁽⁵⁾	Altice France	N/C	N/C	N/C
		Télécoms	UES SFR : 93 % SFR Distribution : 88 %	UES SFR : 93 % SFR Distribution : 85 %	UES SFR : 87 % SFR Distribution : 93 %
		Media	UES Next : 76 %	UES Next : 85 %	UES Next : 91 %
		Intelcia	97 %	96 %	98 %
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D

N/D : Non-dit ; N/C : Non-consolidé

Risques	Indicateurs	Pôles	2021 ⁽¹⁾	2022 ⁽¹⁾	2023
Droits humains et libertés fondamentales	Nombre de salariés en situation de handicap (Unité) ⁽⁶⁾	Altice France	408	476	499
		Télécoms	306	362	341
		Media	12	9	15
		Intelcia	90	105	143
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D
Droits humains et libertés fondamentales	Taux d'absentéisme (%)	Altice France	3 %	8,5 %	12 %
		Télécoms	3,2 %	5,5 %	4 %
		Media	2,1 %	2,6 %	1,8 %
		Intelcia	NEW	13 %	13 %
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D
Droits humains et libertés fondamentales	Taux de fréquence des accidents de travail (%)	Altice France	4,4 %	5,5 %	6,1 %
		Télécoms	4,4 %	5,8 %	6 %
		Media	4,5 %	4 %	2 %
		Intelcia	N/D	N/D	N/D
		ERT Technologies	N/D	N/D	10,7 %
Ethique des affaires	Nombre d'évaluations RSE des fournisseurs réalisées depuis 2016	Altice France	304	355	401
		Télécoms & Media	304	355	401
		Intelcia	N/D	N/D	N/D
		ERT Technologies	N/D	N/D	N/D

N/D : Non-dit ; NEW : Nouvel indicateur

(1) Les données 2021 et 2022 ne comprennent pas ERT Technologies qui a rejoint le format de reporting groupe en 2023. De plus, sur ces deux années des correctifs ont été réalisés sur les périmètres Télécoms, Media et Intelcia dans le cadre du calcul du bilan GES et du fait du renforcement du dispositif de contrôle interne

(2) Gaz à effet de serre

(3) Les valeurs 2021 ont été corrigées par rapport aux valeurs publiées dans la DPEF 2022, suite à un renforcement du contrôle interne et à la réalisation du bilan GES complet des pôles d'activité Télécoms et Media

(4) Intelcia forme un nombre de personnes annuellement supérieur à son effectif de fin d'année, témoignant de l'effort de formation sur la population des conseillers clients, population principalement à l'origine du turn over

(5) Index publié en 2023 pour l'année 2022. Périmètre France pour Intelcia

(6) Intelcia : Périmètre Intelcia France

BILAN DES EMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE - GHG Protocol

Postes d'émissions	Pôles	2021 ⁽¹⁾	2022 ⁽¹⁾	2023
1. Emissions de GES ⁽²⁾ du Scope 1 (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	C/M	15 743	23 283
	Télécoms	C/M	14 580	14 831
	Media	C/M	641	585
	Intelcia	487	522	637
	ERT Technologies	N/D	N/D	7 230
1.1. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux sources fixes de combustion (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	C/M	1 000	911
	Télécoms	C/M	772	689
	Media	C/M	6	2
	Intelcia	121	222	212
	ERT Technologies	N/D	N/D	8
1.2. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux sources mobiles de combustion (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	C/M	7 366	14 929
	Télécoms	C/M	6 431	6 765
	Media	C/M	636	583
	Intelcia	365	300	425
	ERT Technologies	N/D	N/D	7 156
1.3. Emissions de GES ⁽²⁾ directes des procédés (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	N/A	N/A	N/A
	Télécoms	N/A	N/A	N/A
	Media	N/A	N/A	N/A
	Intelcia	N/A	N/A	N/A
	ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
1.4. Emissions de GES ⁽²⁾ directes fugitives (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	C/M	7 377	7 443
	Télécoms	C/M	7 377	7 377
	Media	N/D	0,06	0,07
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	67
1.5. Emissions de GES ⁽²⁾ directes issues de l'utilisation et du changement d'affectation des terres et foresterie (UTCAF) (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	N/D	N/D	N/D
	Télécoms	N/A	N/A	N/A
	Media	N/A	N/A	N/A
	Intelcia	N/A	N/A	N/A
	ERT Technologies	N/D	N/D	N/D
2. Emissions de GES ⁽²⁾ du Scope 2 (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	C/M	60 167	60 554
	Télécoms	C/M	53 750	52 906
	Media	C/M	404	403
	Intelcia	4 924	6 014	7 183
	ERT Technologies	N/D	N/D	61
2.1. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux consommations électriques (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	C/M	60 118	60 423
	Télécoms	C/M	53 700	52 775
	Media	C/M	404	403
	Intelcia	4 924	6 014	7 183
	ERT Technologies	N/D	N/D	61
2.2. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux consommations d'énergie de réseau, hors électricité (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	C/M	49	132
	Télécoms	C/M	49	132
	Media	N/A	N/A	N/A
	Intelcia	N/A	N/A	N/A
	ERT Technologies	N/A	N/A	N/A

N/A : Non-applicable ; N/D : Non-dit ; C/M : Changement méthodologique

Postes d'émissions	Pôles	2021 ⁽¹⁾	2022 ⁽¹⁾	2023
3. Emissions de GES ⁽²⁾ du Scope 3 (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	C/M	647 001	734 429
	Télécoms	C/M	556 662	590 857
	Media	C/M	90 340	81 637
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	61 935
3.1. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux achats de produits et services (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	N/D	561 594	639 243
	Télécoms	N/D	474 790	506 462
	Media	N/D	86 804	76 576
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	56 204
3.2. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux biens immobilisés (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	N/D	3 705	10 632
	Télécoms	N/D	2 924	9 741
	Media	N/D	782	176
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	716
3.3. Emissions de GES ⁽²⁾ liées à l'énergie, non-incluses dans les Scopes 1 et 2 (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	C/M	22 750	23 374
	Télécoms	C/M	22 400	21 259
	Media	C/M	350	336
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	1 780
3.4. Emissions de GES ⁽²⁾ liées au transport de marchandise et à la distribution en amont (Tonnes eq. CO ₂) ⁽³⁾	Altice France	N/D	4 802	5 125
	Télécoms	N/D	4 802	4 871
	Media	N/D	N/D	N/D
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	253
3.5. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux déchets générés (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	N/D	758	1 115
	Télécoms	N/D	736	638
	Media	N/D	22	34
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	443
3.6. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux déplacements professionnels (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	C/M	2 237	2 599
	Télécoms	C/M	1 647	1 676
	Media	C/M	589	901
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	22
3.7. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux déplacements domicile-travail (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	N/D	4 936	12 342
	Télécoms	N/D	3 243	7 114
	Media	N/D	1 693	3 594
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	1 634
3.8. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux actifs en leasing amont (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	N/D	N/D	816
	Télécoms	N/A	N/A	N/A
	Media	N/A	N/A	N/A
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	816

N/A : Non-applicable ; N/D : Non-dit ; C/M : Changement méthodologique

Postes d'émissions	Pôles	2021 ⁽¹⁾	2022 ⁽¹⁾	2023
3.9. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux transports de marchandises et à la distribution en aval (Tonnes eq. CO ₂) ⁽⁴⁾	Altice France	N/D	1 445	777
	Télécoms	N/D	1 345	757
	Media	N/A	99	20
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	N/A
3.10. Emissions de GES ⁽²⁾ liées au traitement des produits vendus (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	N/A	N/A	N/A
	Télécoms	N/A	N/A	N/A
	Media	N/A	N/A	N/A
	Intelcia	N/A	N/A	N/A
	ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
3.11. Emissions de GES ⁽²⁾ liées à l'utilisation des produits vendus (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	C/M	40 699	35 556
	Télécoms	C/M	40 699	35 556
	Media	N/D	N/D	N/D
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	N/A
3.12. Emissions de GES ⁽²⁾ liées à la fin de vie des produits vendus (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	N/D	2 560	1 763
	Télécoms	N/D	2 560	1 696
	Media	N/A	N/A	N/A
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	67
3.13. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux actifs en leasing aval (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	N/A	N/A	N/A
	Télécoms	N/A	N/A	N/A
	Media	N/A	N/A	N/A
	Intelcia	N/A	N/A	N/A
	ERT Technologies	N/A	N/A	N/A
3.14. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux franchises (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	N/D	N/D	N/D
	Télécoms	N/D	N/D	N/D
	Media	N/A	N/A	N/A
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	N/A
3.15. Emissions de GES ⁽²⁾ liées aux investissements (Tonnes eq. CO ₂)	Altice France	N/D	1 515	1 087
	Télécoms	N/D	1 515	1 087
	Media	N/D	N/D	N/D
	Intelcia	N/D	N/D	N/D
	ERT Technologies	N/D	N/D	N/D

N/A : Non-applicable ; N/D : Non-dit ; C/M : Changement méthodologique

(1) Les données 2021 et 2022 ne comprennent pas ERT Technologies qui a rejoint le format de reporting groupe en 2023. De plus, sur ces deux années des correctifs ont été réalisés sur les périmètres Télécoms, Media et Intelcia dans le cadre du calcul du bilan GES et du fait du renforcement du dispositif de contrôle interne.(2) Gaz à effet de serre
(3) Ces émissions correspondent aux émissions liées aux transports amont
(4) Ces émissions correspondent aux émissions liées aux transports aval

Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière

Exercice clos le 31 décembre 2023

A l'assemblée générale,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société (ci-après « Entité ») désigné organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1884⁽¹⁾, nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques (constatées ou extrapolées) de la déclaration consolidée de performance extra-financière, préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2023 (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion du Groupe en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration consolidée de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Préparation de la déclaration de performance extra-financière

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps. Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration (ou disponibles sur demande au siège de l'entité).

Limites inhérentes à la préparation des Informations

Les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration.

Responsabilité de l'entité

Il appartient à la direction de :

- ◆ sélectionner ou établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- ◆ préparer une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance ;
- ◆ préparer la Déclaration en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant ; ainsi que
- ◆ mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie par le Conseil d'Administration.

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- ◆ la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- ◆ la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225 105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- ◆ le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables ;
- ◆ la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, notamment l'avis technique de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes, Intervention du commissaire aux comptes, intervention de l'OTI – Déclaration de performance extra-financière, tenant lieu de programme de vérification, et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée)⁽²⁾.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du code de commerce et le code de déontologie de la profession. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

(1) Accréditation Cofrac Inspection, n°3-1884, portée disponible sur le site www.cofrac.fr

(2) ISAE 3000 (révisée) - Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de sept personnes et se sont déroulés entre novembre 2023 et mars 2024 sur une durée totale d’intervention de six semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons une dizaine d’entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d’anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d’assurance modérée :

- ◆ nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- ◆ nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- ◆ nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d’information prévue au III de l’article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale, et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l’absence des informations requises par le 2^{ème} alinéa du III de l’article L. 225-102-1 ;
- ◆ nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l’article R. 225-105 lorsqu’elles sont pertinentes au regard des principaux risques ;
- ◆ nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d’affaires et une description des principaux risques liés à l’activité de l’ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s’avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d’affaires, ses produits ou ses services, ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- ◆ nous avons vérifié que la Déclaration comprend une explication claire et motivée des raisons justifiant l’absence de politique concernant un ou plusieurs de ces risques conformément au I de l’article R. 225-105 du code de commerce ;
- ◆ nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés, et
 - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe. Pour certains risques⁽³⁾ nos travaux ont été réalisés au niveau de l’entité consolidante, pour les autres risques, des travaux ont été menés au niveau de l’entité consolidante et dans une sélection d’entités⁽⁴⁾.
- ◆ nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l’ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l’article L. 233-16 du code de commerce, avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- ◆ nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l’entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l’exhaustivité et à la sincérité des Informations ;

- ◆ pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe, nous avons mis en œuvre :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - des tests de détail sur la base de sondages ou d’autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d’une sélection d’entités contributrices⁽⁴⁾ et couvrent entre 40 % et 100 % des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- ◆ nous avons apprécié la cohérence d’ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l’ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation. Les procédures mises en œuvre dans le cadre d’une mission d’assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d’assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Paris-La Défense, le 20 mars 2024
KPMG S.A.

Grégoire Menou
Associé

Nicolas Piofret
Associé

Raffaele Gambino
Expert ESG

(3) Continuité d’activité, Stratégie responsable & Relations avec les parties prenantes, Sécurité de l’information & Ethique des données, Droits humains & Libertés fondamentales et Qualité des produits et services.
(4) SFR S.A., Intelcia France et ERT Technologies.

Annexe

Informations qualitatives (actions et résultats) considérées les plus importantes

- Consommation d'eau (KPI qualitatif)
- Solutions en matière de sécurité des données et d'éthique
- Solutions mises en place afin d'assurer la continuité de l'activité
- Accords collectifs relatifs aux pratiques du dialogue social
- Actions de partenariats et de mécénat
- Actions de promotion de l'insertion professionnelle et d'accès à l'emploi
- Actions en faveur du développement territorial

Indicateurs clés de performance et autres résultats quantitatifs considérés les plus importants

- Effectifs à fin de période (Unité)
- Part des promotions attribuées à des femmes en CDI (%)
- Nombre de salariés en situation de handicap (Unité)
- Taux de départs volontaires (%)
- Part des collaborateurs ayant suivi au moins une formation au cours de l'année (%)
- Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur ayant suivi au moins une formation au cours de l'année (Heure)
- Part des femmes parmi les embauches (%)
- Taux de fréquence des accidents de travail (%)
- Nombre d'évaluations RSE des fournisseurs réalisées depuis 2016
- Part des box reconditionnées sur la gamme active (%)
- Taux de valorisation des DEEE (%)
- Part des énergies renouvelables dans la consommation d'électricité bâtementaire (%)
- Consommations énergétiques (réseaux interurbains, gaz naturel, consommations de carburants, électricité des bâtiments et véhicules électriques).
- Emissions de GES Scope 1 (tonnes eq. CO₂)
- Emissions de GES Scope 2 (tonnes eq. CO₂)
- Emissions de GES Scope 3 (tonnes eq. CO₂)
- Emissions de GES par collaborateur - Scope 1 et 2 (tonnes eq. CO₂ par collaborateur)